

La dynamique et les fonctions de la régulation et de la gouvernance dans la gestion des certifications agroalimentaires françaises de type territorial

Sous la direction du Professeur Yves Boisvert (ÉNAP)
Avec la collaboration des Professeurs Camille Chamard (IAE Pau et Bayonne) et
Allison Marchildon (Université de Sherbrooke), ainsi que des assistantes et assistant
Mireille Beaudoin, Nathalie Lachance et Manuel Candré

Octobre 2018

Partenaires institutionnels



TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
A) REVUE DE LITTÉRATURE	2
Les enjeux économiques	2
Le débat sur les certifications territoriales à l'OMC	7
Limites et critiques économiques.....	9
Les enjeux de promotion et de protection du territoire	12
Politiques publiques et développement régional	13
Les enjeux sociopolitiques	14
Institutionnalisation et organisation collective	14
Réseaux complexes d'acteurs et coordination	17
Des instruments de politiques publiques.....	18
Le pouvoir des producteurs.....	19
Au-delà du pouvoir des producteurs	21
Les enjeux de régulation	22
B) SYNTHÈSE DES ENTREVUES	26
Gouvernance	27
L'importance du syndicat de production et de ses instances.....	27
Une culture de gouvernance orientée à la base sur l'action collective des producteurs	29
Mobilisation et participation	30
Les autres acteurs du système de gouvernance.....	31
Régulation	36
À chaque label sa finalité et ses caractéristiques.....	37
Valeurs ajoutées des labels	46
C) DISCUSSION	60
ANNEXE – BRÈVE HISTOIRE DE L'ÉVOLUTION DU CADRE DE LÉGISLATION ET PROFIL INSTITUTIONNEL DE L'INAO	92

INTRODUCTION¹

Cette note de recherche porte, comme son titre le précise, sur **la dynamique et les fonctions de la régulation et de la gouvernance dans la gestion des certifications agroalimentaires françaises de type territorial**. Cette note se veut une synthèse du travail fait depuis 2012 par notre équipe de collaborateurs. Notre recherche a été réalisée en deux temps : A) nous avons d'abord effectué, en 2012 et 2013, une revue de la littérature scientifique afin de connaître quelles étaient les grandes thématiques qui soulevaient des débats dans les textes scientifiques du domaine des sciences sociales ayant comme objet d'étude les certifications agroalimentaires françaises de type territorial (principalement les AOP et les IGP) ; B) à l'automne 2015, nous avons réalisé une enquête empirique auprès de producteurs ou d'administrateurs de certification de la grande région du sud de la Nouvelle Aquitaine (Landes, Pays basque et le Béarn). Nous terminerons cette note par une discussion théorique sur les résultats. Cette discussion se déroulera en trois temps : une interprétation de type sociopolitique, une interprétation alignée sur la philosophie pragmatiste et une dernière réflexion effectuée sous le regard du marketing territorial. Pour les lecteurs qui veulent obtenir plus de précision sur l'histoire de la législation française menant à la création de l'INAO et sur le profil institutionnel de cette dernière, vous trouverez une annexe portant sur ces questions.

Cette note de recherche doit être considérée comme un « papier de travail » devant nous permettre de rédiger des articles scientifiques. Il est important de comprendre que cette note fut un travail collectif qui s'est réalisé sur plusieurs années.

¹ Cette recherche a été rendue possible grâce au soutien financier de plusieurs partenaires institutionnels: A) les FIR de l'ÉNAP ; B) la contribution du FQRSC-équipe (sous la direction de Luc Bégin) ; C) fonds de l'IAE Pau et Bayonne.

A) REVUE DE LITTÉRATURE

Les enjeux économiques

Pour Claire Chambolle et Éric Giraud-Héraud², la question de départ pour réfléchir à l'adhésion des producteurs du domaine agroalimentaire à une certification territoriale est « de savoir sous quelles conditions un investisseur privé peut avoir intérêt à adhérer à cette certification qui lui permet de bénéficier d'un certain niveau de réputation collective en échange d'une perte de flexibilité stratégique ».

Pour répondre à cette question, André Torre³ pense que c'est la « théorie des clubs » qui explique le plus simplement l'intérêt de ces regroupements, dont l'objectif ultime est de produire à la base des avantages pour les membres. Pour Torre, cette théorie des clubs repose sur l'idée que « l'utilité retirée par un membre du club doit être supérieure à l'utilité associée au statut du non-membre » (p. 41). Ainsi, les producteurs se regrouperaient dans ces unités collectives de production parce qu'ils sont persuadés qu'il y a plus d'avantages à se joindre à un collectif qu'à produire de façon isolée.

Selon Sylvander *et al.*⁴, la logique de l'adhésion des producteurs à des logiques de certification territoriales va dans le sens de la théorie des clubs, car il n'y a que les producteurs d'un territoire donné et membres du syndicat de production responsable du label qui peuvent profiter des avantages produits par ce dernier.

Pour Hassan *et al.*⁵, face à cette idée que les clubs sont avantageux pour les membres, l'un des enjeux importants des instances de gestion et de régulation du club est donc de baliser les modalités d'ouverture et de fermeture par rapport aux nouvelles demandes d'intégration. Les membres craignent en effet qu'une ouverture trop grande dilue de façon trop importante les avantages du groupe ; il y aurait, selon eux, un lien direct entre la gestion des frontières et la gestion du partage des bénéfices.

Sylvander *et al.* (2011)⁶ précisent que, par-delà la valeur ajoutée des membres des clubs, il y a aussi une production d'une valeur ajoutée pour l'intérêt général, ne serait-ce que

² Chambolle, C. and É. Giraud-Héraud (2003). « Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse. » Économie & prévision **159** (3) : 83-91.

³ Torre, A. (2002). « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. » Revue d'économie industrielle **100** (1) : 39-62.

⁴ Sylvander, B., et al. (2011). "Under What Conditions Geographical Indications Protection Schemes Can Be Considered as Public Goods for Sustainable Development?" Territorial Governance: 185-202.

⁵ Hassan, D., V. Réquillart and S. Monier-Dilhan (2006). « Signes officiels de qualité : éléments de bilan d'une politique publique. » INRA Sciences sociales.

⁶ Sylvander, B., et al. (2011). "Under What Conditions Geographical Indications Protection Schemes Can Be Considered as Public Goods for Sustainable Development?" Territorial Governance: 185-202.

parce que les certifications territoriales travaillent dans une logique de développement durable. Pour ces auteurs, c'est justement ce principe de biens communs qui oblige les responsables des syndicats de production à miser sur la transparence et la participation des membres.

En plus de permettre le partage de certains coûts de productions et/ou de distribution entre les membres, le regroupement des producteurs dans une logique de club permet principalement de créer des biens communs. Bertil Sylvander *et al.* (2011)⁷ confirment que le type de regroupement de producteurs qui caractérise les collectifs de certification territoriale engendre toujours une production spécifique de biens publics (*public goods*). Ces biens publics n'appartiennent jamais de façon exclusive à un particulier, ils appartiennent plutôt à l'ensemble du collectif et ils sont gérés par des particuliers mandatés pour représenter le regroupement des producteurs et/ou transformateurs privés. Ces biens publics profitent en fin de compte à tous les membres qui acceptent de se regrouper dans le collectif et de se soumettre aux règles du regroupement. Dans le cas des certifications territoriales, le bien commun doit aussi profiter à l'ensemble des membres de la communauté territoriale de base qui donne tout le sens et la raison d'être à ce dernier.

Le bien commun le plus important pour un label de qualité ou une certification territoriale repose en bonne partie sur la **réputation** du groupe et celle de la renommée de la **qualité** des produits de la filière. Cette réputation a une grande valeur pour le consommateur puisqu'elle sert d'indicateur de **confiance**. Pour gagner cette confiance, Teil⁸ dira que le but avoué de ces certifications est de produire une double protection, tant pour le producteur que pour le consommateur.

Pour Torre⁹, c'est la demande de plus en plus forte des consommateurs pour des produits de qualité, des produits typiques, certifiés et contrôlés, ainsi que leurs craintes par rapport à la multiplication des scandales dans le domaine de la production alimentaire, qui suscite un engouement pour le développement des labels. Torre affirme que c'est la confiance qui permet au groupe de producteurs d'avoir une bonne réputation ; par la suite, la réputation va accroître le cercle des consommateurs qui auront confiance et qui opteront pour l'achat de ce produit. Cette confiance se gagne notamment grâce à la philosophie

⁷ Sylvander, B., et al. (2011). "Under What Conditions Geographical Indications Protection Schemes Can Be Considered as Public Goods for Sustainable Development?" *Territorial Governance*: 185-202.

⁸ Teil, G. (2010). "The French Wine "Appellations d'origine contrôlée" and the Virtues of Suspicion." *The Journal of World Intellectual Property* **13**(2): 253-274.

⁹ Torre, A. (2002). « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. » *Revue d'économie industrielle* **100** (1) : 39-62.

d'une plus grande **transparence** dans l'information donnée au consommateur. Pour Profeta *et al.*¹⁰, ce serait plutôt la volonté des consommateurs d'exiger une plus grande transparence de la part des producteurs de l'agroalimentaire qui va jouer en faveur des produits certifiés.

Ainsi, les producteurs qui se regroupent pour avoir des certifications tentent de répondre aux attentes des consommateurs en matière d'accès à l'information sur les produits ; ils tentent de « lever l'asymétrie de l'information qui caractérise le monde de l'agroalimentaire [...] ». Cette confiance que donne le consommateur à un produit ou à une certification assurement une grande valeur économique pour les producteurs. Elle permet à ces derniers de fidéliser sa clientèle, de demander un prix plus élevé ; cela représente donc un « bénéfice » important. Il y a un jeu d'ajustement des prix de vente des produits agroalimentaires en fonction de la réputation que ces derniers ont acquise : plus le produit a une forte réputation, plus les producteurs pourront revoir leurs prix à la hausse. L'explication est simple : plus un produit a bâti une réputation de confiance, plus le consommateur sera prêt à payer un peu plus cher à l'achat.

Pour Trognon et Delahaye¹¹, les labels sont des « outils de différenciation de l'offre », car ils permettent aux producteurs de se positionner dans de lucratives « niches de marché ». Pour Laporte, cette valeur ajoutée de réputation se gagne sur le terrain de la valorisation et de la publicisation de la qualité des produits : « le profit peut être considéré non comme la conséquence de la rareté de l'offre, mais comme la conséquence de la solution retenue pour signaler la qualité, en organisant l'information autour de la notion d'AOC » (p. 4).

En revanche, cette qualité n'est pas seulement le fruit de la nature ; les producteurs misent sur un « contrôle de l'offre basée sur des exigences de qualité¹² ». L'argument sous-jacent à ce contrôle de l'offre : il y a une « relation inverse entre qualité et quantité¹³ ». Pour Allaire et Sylvander¹⁴, la démarche de certification étant collective, elle permet au syndicat de production de promouvoir auprès des membres du club l'importance de contrôler la qualité et d'avoir « une concurrence juste et loyale ». Les

¹⁰ Profeta, Adrinio et al. 2009. The Protection of origins for Agricultural products and Foods in Europe. The journal of World Intellectual property.

¹¹ Trognon et Delahaye, Le Label ÉcoQuartier : entre marketing et projet de territoire. Une lecture au prisme de la labellisation de produit in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaire Blaise Pascal, 2014, p. 92.

¹² Giraud-Héraud, E. and L.-G. Soler (2003). « Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les appellations d'origine protégée? » *Économie rurale* **277** (1) : 123-134.

¹³ Giraud-Héraud, E. and L.-G. Soler (2003). « Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les appellations d'origine protégée? » *Économie rurale* **277** (1) : 123-134.

¹⁴ Allaire, G., B. Sylvander, et al. (2005). Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux.

membres d'une même certification sont à la fois des collègues / collaborateurs relativement à la démarche de production et aux concurrents commerciaux au moment de la vente.

Pour certains observateurs, l'engouement pour les produits avec une certification territoriale découle de la tendance forte prise par l'industrie agroalimentaire vers une standardisation des modes de production et une uniformisation à outrance des goûts entre les produits. Cette tendance lourde a noyé la logique des saveurs particulières et distinctives.

Si ce mouvement d'uniformisation de l'industrie répond aux attentes d'un segment important des clients des supermarchés, il déplaît cependant souverainement à un autre type de consommateur. Ces consommateurs plus critiques sont soucieux de trouver des produits de qualité qui se distinguent par le caractère unique des saveurs. S'ils s'attendent à se voir offrir des produits qui ne s'alignent pas sur la logique industrielle dominante, ils ne sont cependant pas prêts à acheter n'importe quel produit artisanal qui serait produit de façon improvisée. Ces consommateurs sont exigeants et soucieux de la sécurité alimentaire.

Les labels territoriaux (IGP, AOP) veulent justement offrir des produits qui promettent une typicité exclusive qui d'une part, se démarque radicalement de la production industrielle, mais qui, d'autre part, garde un référentiel commun autour de la qualité des produits. Pour Laporte¹⁵, l'intérêt des certifications est justement de proposer une certaine forme de stabilité interne à chacune des filières de certification.

Si les produits peuvent varier de façon importante d'une filière de production à une autre, afin de respecter le prisme de la pluralité de chacune des typicités, ils resteront stables et identifiables entre les productions internes d'une même filière. Selon Laporte, cela n'est pas paradoxal, puisque les producteurs savent qu'ils ont avantage à contribuer à la stabilité de la qualité de leur produit s'ils veulent fidéliser les consommateurs à leur label. Ainsi, le consommateur va rapidement s'habituer aux particularismes des goûts que chaque label territorial lui offre. Une fois qu'il a identifié la typicité du produit, il veut avoir une garantie qu'il retrouvera ce goût stable chaque fois qu'il l'achètera. Il faut ici préciser que le domaine des certifications territoriales, la stabilité ne veut pas dire uniformité ! Il faut comprendre que dans une même appellation, il peut y avoir une différence sur le plan

¹⁵ Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'origine contrôlée : une solution efficiente pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » [INRA-ESESAD working paper\(5\)](#).

de la qualité des produits offerts par les différents producteurs. C'est pour cette raison qu'il y aura une distinction des prix entre les produits.

Laporte¹⁶ précise que pour les vins (il se réfère notamment aux vins de Bourgogne), « le prix s'explique d'abord par le niveau hiérarchique de l'appellation, ensuite par l'appellation elle-même, et enfin par la qualité identifiable à partir du signe privé. Or, le contenu de la qualité signalée par l'appellation et son niveau hiérarchique est public, en ce sens qu'il ne dépend pas des choix individuels des entreprises. Seule la qualité identifiable à partir du signe privé dépend des choix individuels, c'est à dire du marché ».

Pour Allaire et Sylvander¹⁷, la labellisation permet une certaine protection du consommateur, notamment parce qu'elle est favorable à une transparence accrue des caractéristiques des produits. Teil¹⁸ précise justement que le plus grand mérite des certifications est de donner certains repères aux consommateurs afin de les aider à mieux choisir leurs produits. Ainsi, les labels donnent des précisions sur la provenance, les éléments de base du produit, la typicité, ainsi que toute autre caractéristique particulière liée à la méthode de production. Il s'agit donc d'une vision fortement orientée vers la publicisation de l'information pour les consommateurs. Teil pense que les certifications constituent une approche intéressante permettant aux consommateurs de faire des choix plus éclairés.

Pour illustrer ce mouvement de publicisation accrue de l'information sur les produits, Carrière¹⁹ dira qu'il y a deux types de consommateurs : les connaisseurs (« les aristocrates ») et les non-connaisseurs. Les premiers profitent du manque de publicisation des informations sur les produits de qualité, car ils ont des connaissances qui leur permettent d'acheter les meilleurs produits, alors que les seconds sont ceux qui profitent le plus de la multiplication des certifications, puisque cela leur permet d'avoir accès à de l'information sur les produits certifiés qu'ils ne pourraient pas avoir autrement. Cela aide donc ce dernier groupe à pouvoir faire des achats éclairés sans nécessairement être des connaisseurs spécialistes.

¹⁶ Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'origine contrôlée : une solution efficiente pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » INRA-ESESAD working paper(p.10).

¹⁷ Allaire, G., B. Sylvander, et al. (2005). Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux.

¹⁸ Teil, G. (2010). « The French Wine "Appellations d'origine contrôlée" and the Virtues of Suspicion. » The Journal of World Intellectual Property **13**(2): 253-274.

¹⁹ Barrière, C. (2007). "The genesis, evolution and crisis of an institution: the Protected Designation of Origin in wine markets." Journal of Institutional Economics **3**(2): 165-181.

Ainsi, le mouvement de généralisation des certifications engendre une démocratisation de l'accès à l'information sur les produits agroalimentaires de qualité. Plus il y aura de la transparence et de la publicité sur les caractéristiques de production, plus on permettra à un grand nombre de consommateurs « non-connaisseurs » d'avoir accès à une information pertinente pour choisir des produits de qualité qui conviennent à leurs goûts et leurs valeurs.

Le débat sur les certifications territoriales à l'OMC

Bien sûr, plusieurs acteurs du « Nouveau Monde », notamment en Amérique, cherchent à discréditer le mouvement de labellisation des produits agroalimentaires, et tout particulièrement les certifications territoriales. Ils accusent les pays qui font la promotion de ce type de certification de faire du protectionnisme déguisé qui porte atteinte au principe de la libre concurrence. Teil²⁰ confirme que la problématique de l'obstacle à la libre concurrence est un thème récurrent chez les opposants à l'institutionnalisation des certifications territoriales (IG et AOP). Pour ces opposants, ces certifications ne sont dans la réalité que des instruments de politiques publiques qui cachent des finalités protectionnistes.

Selon Barham²¹, ce qui a toujours le plus déstabilisé les négociateurs américains, c'est le fait que les appellations territoriales ne peuvent pas être la propriété exclusive d'un entrepreneur privé. Laporte²² confirme que les appellations protégées sont des signes de qualité publics qui ne peuvent justement pas être la propriété d'une entreprise privée et cela peut effectivement déstabiliser certains dogmes du capitalisme. Les certifications sont donc indépendantes des choix purement individuels, elles reposent plutôt sur une dynamique de choix collectifs qui doivent être discutés en amont par les membres de la filière.

Pour Teil, une autre problématique qui fut au cœur du débat sur les certifications est la capacité objective que l'on peut, ou pas, avoir pour définir ce qu'est la qualité d'un produit. Selon lui, les désaccords entre les experts-critiques dans le domaine du vin démontrent bien comment cette définition de la qualité est souvent plus subjective, qu'objective. Dans

²⁰ Teil, G. (2010). "The French Wine "Appellations d'Origine Contrôlée" and the Virtues of Suspicion." The Journal of World Intellectual Property **13**(2): 253-274.

²¹ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." Journal of Rural Studies **19**(1): 127-138.

²²Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'origine contrôlée : une solution efficace pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » INRA-ESESAD working paper(5).

la perspective du capitalisme américain, cette question pose encore plus de problèmes, car il n'y a que le consommateur qui est capable de définir ce qu'il entend par la qualité des produits qui lui conviennent. Dans cette vision, il n'est pas concevable d'accepter que ce soient des critères bureaucratiques qui définissent de façon universelle, ce qu'est la qualité du produit.

Pour faire suite à ces questions de fond, certains observateurs diront que l'approche de labellisation française a déstabilisé les Américains, car elle remettait en cause l'esprit profond qui caractérise leur vision du capitalisme ! Tout cela a engendré d'importants débats à l'OMC autour de la tension entre deux visions opposées. Pour Barham²³, l'Union européenne voulait que l'on mette en place un registre mondial qui protégerait les noms des lieux d'origine, alors que les États-Unis d'Amérique et leurs alliés (notamment l'Australie) ne voulaient pas aller dans ce sens, puisqu'ils souhaitaient continuer à utiliser des références symboliques fortement chargées pour leurs produits (on pense par exemple à un produit comme le « champagne de Californie »). Pour interdire ce type de références à des produits liés à des terroirs français, les représentants européens à l'OMC vont utiliser la thèse de la propriété intellectuelle en lien avec le patrimoine et le terroir pour faire reconnaître la primauté de la reconnaissance des certifications territoriales, alors que les représentants du Nouveau Monde vont s'y opposer afin de défendre la thèse du libre-marché et de la libre-concurrence.

Pour Profeta *et al.*²⁴, l'une des particularités de ce débat est de voir que c'est justement sur le terrain de la défense des droits de la propriété intellectuelle que le débat sur la certification territoriale a principalement eu lieu, alors que les économistes pensaient que les Américains allaient réussir à imposer le terrain du marché et de la circulation des biens comme socle du débat. Pour Charlier²⁵, « la protection de la propriété intellectuelle est justifiée sur la base de la maximisation du surplus total de la société » (p. 76), elle ne pourrait se défendre si elle n'engendrait de valeur ajoutée que pour les producteurs. Les certifications territoriales sont donc ici condamnées à produire une valeur ajoutée communautaire si elles veulent maintenir les privilèges obtenus à l'OMC.

Au-delà de ces débats, l'objectif de l'OMC était de faire émerger une entente à la suite des négociations qui permettraient d'aboutir à des compromis pour chacune des parties.

²³ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." *Journal of Rural Studies* 19(1): 127-138.

²⁴ Profeta, Adrinao et al. 2009. The Protection of origins for Agricultural products and Foods in Europe. The journal of World Intellectual property.

²⁵ Charlier, C. (2007). « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC. » *Économie rurale* (3) : 70-83.

Si l'on écoute Charlier²⁶, l'OMC aurait réussi puisque les deux parties opposées « ont l'impression d'avoir gagné la bataille ». Pour Profeta *et al.*²⁷, un des facteurs qui a permis d'obtenir des compromis du côté des Américains est le changement de la culture de consommation interne des Américains. En effet, la demande des produits agroalimentaires de qualité avec une typicité marquée est en nette progression et de nombreux Américains sont maintenant prêts à payer plus cher pour une alimentation de qualité.

Le compromis proposé repose sur une logique d'équilibre entre la concurrence et la régulation de l'offre qui ne dépasserait pas un certain seuil et une cible qualitative qu'il faut obligatoirement atteindre²⁸. L'entente prévoit aussi le maintien de l'ouverture réciproque des marchés et du respect du principe de la non-discrimination des produits de chacun des signataires.

Limites et critiques économiques

Plusieurs acteurs, même des Européens, conviennent cependant qu'il y a nécessairement une forme de protectionnisme dans ce type de démarche, puisque la reconnaissance de la certification donne à un groupe monopolistique basé sur un territoire donné, le contrôle total sur la production d'une filière agroalimentaire qui sera vendue sous un label exclusif et autorisé. Les labels produisent donc effectivement des clubs sélects qui protègent les intérêts des membres et qui mettent en place un « mécanisme d'exclusion » qui va empêcher les outsiders de pouvoir jouir de leurs privilèges. Face à cela, les critiques disent que les producteurs « limitent la concurrence, font augmenter les prix et créent une fausse rareté des produits »²⁹.

Par-delà les enjeux de concurrence, Hassan *et al.* (2006) pensent que l'on doit rester avec la labellisation, car ce type de démarche peut poser des problèmes sur le plan des transactions directes avec les consommateurs. Les producteurs labellisés n'arrivent pas à suivre facilement l'évolution des goûts des consommateurs, car ils sont contraints de suivre les règles de production inscrites dans les cahiers des charges. Cela a pour effet

²⁶ Charlier, C. (2007). « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC. » *Économie rurale* (3) : 70-83.

²⁷ Profeta, Adriano *et al.* 2009. The Protection of origins for Agricultural products and Foods in Europe. The journal of World Intellectual property.

²⁸ Giraud-Héraud, E. and L.-G. Soler (2003). « Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les Appellations d'origine protégée? » *Économie rurale* 277 (1) : 123-134.

²⁹ Giraud-Héraud, E. and L.-G. Soler (2003). « Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les Appellations d'origine protégée? » *Économie rurale* 277 (1) : 123-134.

de figer la qualité et la typicité de ces produits labellisés, et ce, même si les goûts des consommateurs évoluent. Dans l'esprit de cette critique, il y a l'idée que les certifications territoriales ont un air de conservatisme et cela agit comme un frein à l'innovation interne. Selon certains auteurs, ce frein à l'innovation serait au cœur même de l'esprit des AOC, car ces dernières prônent les « usages locaux, loyaux et constants » qui donnent les garanties de typicité et de régularité aux produits.

Chambolle et Giraud-Héraud (2003)³⁰ pensent que les producteurs AOC n'ont pas avantage à innover, car ils n'ont qu'à respecter la logique de conformité pour recevoir leurs rentes de membres. Pour eux, le système de certification ne donne aucun incitatif afin que le producteur ait le goût de se dépasser, d'innover et d'améliorer continuellement son produit. Ce manque d'investissement dans l'innovation peut avoir un effet négatif sur le consommateur en matière de bonification de la qualité ou de l'incapacité à faire diminuer les coûts de production. Hassan *et al.* (2006) expliquent que les nombreuses contraintes que doivent respecter les producteurs certifiés font en sorte que ces certifications engendrent des coûts de production plus élevés qu'une production non labellisée. Les certifications sont alors vues comme des freins à la compétitivité économique, puisque ces produits sont nécessairement plus chers que les produits de masse. Ainsi, les producteurs de produits labellisés n'arrivent pas à suivre la transformation des logiques budgétaires des consommateurs.

De son côté, Fort³¹ reste critique face à la lourdeur des démarches de certifications :

« les démarches collectives sont fastidieuses, longues et nécessitent beaucoup de négociation. Elles peuvent aussi contribuer à faire baisser l'innovation, favoriser la standardisation et être trop rigides. [...] Si les démarches collectives de qualification présentent un grand nombre de bénéfices et conduisent à une amélioration de la qualité à l'échelle de la collectivité, elles résultent de négociations longues et difficiles entre les acteurs et peuvent déboucher sur des contraintes collectives fortes. Elles rendent possibles les actions collectives, mais en même temps, elles orientent les comportements des acteurs, et limitent ainsi "leur liberté et leur capacité d'action" (Crozier et Friedberg, 1977). Elles peuvent amener à une standardisation de la production, qui signifie uniformisation et réduction de la diversité, s'opposant ainsi à l'innovation ».

³⁰ Chambolle, C. and É. Giraud-Héraud (2003). « Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse. » *Économie & prévision* 159 (3) : 83-91.

³¹ Fort, F. (2007). « Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation. » *Économie rurale* (6) : 23-39.

Pour sa part, Allaire³² s'inquiète du coût important que peuvent avoir ces démarches de certification sur les petits producteurs qui veulent rester dans le marché des produits de qualité. Ces derniers pourraient être exclus de la démarche de certification parce qu'ils n'auraient pas les moyens d'absorber les coûts liés aux standards exigés dans les cahiers des charges. Pour Barham³³, le coût élevé de la démarche de certification et son caractère très bureaucratique peuvent effectivement poser un problème pour certains producteurs qui n'arrivent pas à engendrer la valeur ajoutée attendue. Pour Chambolle et Giraud-Héraud (2003)³⁴, le système de certification français est très contraignant pour un producteur, surtout s'il compare son environnement normatif avec ses concurrents du « Nouveau Monde ». On le verra cependant dans nos entretiens, si nos répondants reconnaissent qu'il y a effectivement un prix élevé et de nombreuses contraintes pour produire des produits certifiés, la valeur ajoutée générée compense aisément les sacrifices consentis.

Ces nombreux problèmes rencontrés pourraient amener certains producteurs à se retirer de la production labellisée afin qu'elle soit plus compétitive ou plus innovante.

De son côté, Giroud-Héraud³⁵ pense qu'un « trop grand nombre d'appellations, une qualité et une signalisation des produits défailante, des contraintes réglementaires excessives induisant des coûts de production exorbitants, une trop grande complexité des étiquettes, mais aussi des produits pour des consommateurs internationaux à la recherche de vins faciles à identifier et à boire, telles seraient les faiblesses majeures du modèle français ». Profeta *et al.*³⁶ vont dans le même sens en disant que la multiplication des certifications en tout genre est un problème pour la crédibilité de la démarche, car les consommateurs se perdent face à l'apparition de tous ces nouveaux labels.

³² Allaire, G., Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international, In : Tekelioglu Y. (ed.), Ilbert H. (ed.), Tozanli S. (ed.). *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*. Montpellier : CIHEAM, 2009. p. 53-65.

³³ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." *Journal of Rural Studies* **19**(1): 127-138.

³⁴ Chambolle, C. and É. Giraud-Héraud (2003). « Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse. » *Économie & prévision* **159** (3) : 83-91.

³⁵ Giraud-Héraud Concurrence Internationale dans le secteur viticole : Quel avenir au modèle d'appellation d'origine contrôlée, p. 2.

³⁶ Profeta, Adrinao et al. 2009. The Protection of origins for Agricultural products and Foods in Europe. The journal of World Intellectual property.

Les enjeux de promotion et de protection du territoire

Pour Torre, les certifications territoriales jouent un rôle positif dans le développement de l'économie régionale, notamment parce qu'elles mettent à l'avant-scène « les savoirs locaux » et la particularité du terroir. Pour Barham³⁷, il faut voir les certifications territoriales de type AOC, comme des projets collectifs qui sont enchâssés dans la communauté et qui profitent à la communauté. Ces démarches collectives permettent de créer un ancrage territorial fort qui donne une visibilité importance à ce dernier et de renforcer les liens communautaires entre les acteurs privés et publics qui font la promotion de l'économie sur le territoire. Selon Barham³⁸, les labels territoriaux favorisent la consolidation de l'identité régionale et le plein développement économique des communautés rurales.

Pour Angles et Minvielle³⁹, les producteurs certifiés font la promotion d'une étroite synergie entre les produits et les territoires : ils « entretiennent avec leurs territoires des liens particuliers dont ils tirent leur originalité et leur renommée ». Les producteurs certifiés maîtrisent effectivement l'art de jouer avec les symboles et les « représentations du territoire ».

En parallèle avec la valeur ajoutée que les producteurs obtiennent de facto grâce à la force symbolique du territoire qui sert de socle à leurs produits, il faut aussi reconnaître que ces territoires et leurs régions bénéficient en échange de la notoriété et de la visibilité des produits alimentaires locaux. Plus les produits liés au territoire se démarquent, plus cela confère à la communauté une image positive de qualité de vie et de richesse des traditions. Les régions aiment aujourd'hui jouer la carte de la qualité de vie et les responsables politiques savent que cette dernière passe indéniablement par l'art de la table et la réputation des produits du terroir.

Pour Hinnewinkel⁴⁰, un terroir fait référence à une « identité régionale et collective ». Il n'est alors pas étonnant que « l'enracinement » local et culturel soit si important pour faire

³⁷ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." *Journal of Rural Studies* **19**(1): 127-138.

³⁸ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." *Journal of Rural Studies* **19**(1): 127-138.

³⁹ Angles, S. et Minvielle, P., Les défis et enjeux des AOC viticoles et oéicoles en Provence-Alpes-Côtes d'Azur : l'exemple du département du Var, in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2014.

⁴⁰ Hinnewinkel, J. C. (2004). « Les AOC dans la mondialisation. » *Anthropology of food*(3) & Hinnewinkel, J. C. (2007). « L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale. » *Méditerranée*(2).

vivre les appellations territoriales. Cette identité culturelle fait de la « valorisation globale et collective dans un contexte régional » et fait valoir le lien intrinsèque que l'on trouve entre « le produit et le paysage où il est produit ». Ainsi, les appellations territoriales font la démonstration que cet « ancrage territorial n'a de sens que s'il s'articule sur la valorisation de la rente territoriale ainsi créée ».

Pour De Sainte-Marie, Monin et Casabianca, il est très important de comprendre qu'avec l'apparition du cadre normatif européen sur les IGP, la protection de la référence au territoire s'est renforcée :

« si un produit ne vient pas du lieu dont il porte le nom, il doit l'abandonner. Ainsi, si un producteur veut continuer d'utiliser ce nom, il n'a d'autre choix que de demander une IGP. Le lieu géographique est désormais attaché à l'IGP. Cette exclusivité exonère donc tous les autres producteurs, et en particulier ceux qui sont hors zone d'origine ou dans cette zone d'origine, mais hors certification, de respecter le Code des usages de la charcuterie, de la salaison et des conserves de viandes. Un grand nombre de producteurs disposant d'un label portant un localisant dans leur nom sont désormais dans la nécessité de demander une IGP, ce qui explique l'avalanche de dossiers en cours d'instruction. En revanche, il n'y a toujours pas de demande d'AOP, car il n'y a pas, pour l'instant, de dossier d'AOC qui ait été jugé recevable. À notre connaissance, seulement deux dossiers ont été déposés et le premier a été rejeté, alors que le second fait encore l'objet d'enquêtes préliminaires⁴¹ ».

Pour De Sainte-Marie, Monin et Casabianca, la référence au terroir ne peut pas être contrôlée par un clan local fermé qui pourrait régenter l'accès à la certification, car cette dernière est « considérée en France comme un droit territorial; l'AOC ne peut être refusée à tout opérateur situé dans l'aire d'origine délimitée et respectant les pratiques communes codifiées dans le règlement de l'appellation à partir du moment où il satisfait aux épreuves d'agrément des commissions de contrôle (conditions de production, produites)⁴² ».

Politiques publiques et développement régional

Pour Smith *et al.* (2009), le territoire joue un rôle central dans la stratégie des producteurs certifiés, puisqu'il leur permet d'influencer les choix et les orientations de certains

⁴¹ De Sainte-Marie, C., G. Monin and F. Casabianca (1997). « Les dénominations géographiques protégées (AOP et IGP) et leur inscription dans le droit français. Analyse de la situation du secteur des charcuteries-salaisons. » *CIHEAM Options méditerranéennes* : 296.

⁴² De Sainte-Marie, C., G. Monin and F. Casabianca (1997). « Les dénominations géographiques protégées (AOP et IGP) et leur inscription dans le droit français. Analyse de la situation du secteur des charcuteries-salaisons. » *CIHEAM Options méditerranéennes* : 294.

« instruments d'action publique » (p. 14). Pour Allaire, les démarches de certification qui font référence à l'ancrage territoire font partie d'une logique d'action publique porteuse de « politiques agricoles et de développement rural ». Allaire et Sylvander précisent que la vision sociopolitique des appellations territoriales est justement la protection et la promotion du développement territorial, ainsi que la nécessaire synergie entre les activités agroalimentaires et les autres activités économiques du territoire. Ainsi, pour Hassan *et al.* (2006)⁴³, une politique publique qui cible la qualité des produits agroalimentaires relativement aux certifications territoriales, cache toujours une « politique de développement rural et d'occupation du territoire ».

Pour Sylvander *et al.* (2011)⁴⁴, c'est la dimension environnementale qui permet d'intégrer les différents volets des politiques publiques que sont les dimensions de développement de la ruralité et de l'agriculture. Teil⁴⁵ précise que ces certifications ne cachent pas l'idée que la priorité doit être accordée au développement local et durable. Pour Allaire et Sylvander, la question de la conservation des ressources reste au cœur des priorités des producteurs qui travaillent dans la filière de certification territoriale.

Dans cet esprit, les appellations territoriales auraient donc un effet positif sur la promotion du développement durable, car les enjeux environnementaux font partie des préoccupations des membres des collectifs de producteurs certifiés.

Les enjeux sociopolitiques

Institutionnalisation et organisation collective

Pour Ricard et Rieutort⁴⁶, la labellisation repose sur une dynamique collective qui permet, grâce au processus de reconnaissance officiel, de mobiliser les producteurs. Cela engendre une valeur ajoutée communautaire et favorise un développement local dynamique. Dans un premier temps, pour proposer une demande de certification à l'INAO, un regroupement de producteurs doit démontrer qu'il est représentatif du collectif et qu'il

⁴³ Hassan, D., V. Réquillart and S. Monier-Dilhan (2006). « Signes officiels de qualité : éléments de bilan d'une politique publique. » *INRA Sciences sociales*.

⁴⁴ Sylvander, B., et al. (2011). "Under What Conditions Geographical Indications Protection Schemes Can Be Considered as Public Goods for Sustainable Development?" *Territorial Governance*: 185-202.

⁴⁵ Teil, G. (2010). "The French Wine "Appellations d'Origine Contrôlée" and the Virtues of Suspicion." *The Journal of World Intellectual Property* 13(2): 253-274.

⁴⁶ Ricard, D. et Rieutort, Les processus récents de valorisation de la qualité et de l'origine des produits agroalimentaires : marques territoriales ou labels L. in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2014.

a la légitimité⁴⁷ pour parler au nom de ce collectif. Pour Trognon et Delahaye⁴⁸, la démarche de certification est fédératrice, car « elle permet de mettre en commun des ressources pour se doter de nouveaux moyens d'action » (p. 95). Ainsi, « la gestion de l'appellation est impartie à une instance collégiale représentative du système local de production, de transformation et d'élaboration (interprofession). Celle-ci agit par délégation de l'Institut national des appellations d'origine (INAO), organisme public paritaire entre l'État et les interprofessions locales, qui gèrent le dispositif au niveau national⁴⁹ » (p. 294).

Selon Torre⁵⁰ (2002), la question des labels nous amène donc à nous interroger sur les « modes d'organisation collective » et sur les questions de « coordination et de structures de gouvernance interne » sous-jacentes à l'institutionnalisation des labels. Cette institutionnalisation est essentielle, car l'un des grands défis est justement d'organiser « la coopération entre les producteurs » et de bien coordonner les activités de production.

Fort⁵¹ pense que la dynamique de certification nous permet de réfléchir sur le développement d'un système de gouvernance. Ce système de gouvernance repose sur des « dispositifs institutionnels et comportementaux régissant les relations entre les acteurs engagés dans une démarche de signalisation de la qualité » (p. 23). Il précise que la gouvernance territoriale « repose sur la coopération et la coordination horizontale des rapports. [...] Il y a une démarche collective, basée sur une coopération entre des acteurs institutionnels, des professionnels et des entreprises. C'est vraiment un projet commun, qui favorise des interactions et des stratégies communes, des règles communes⁵² » (p. 27).

⁴⁷ De Sainte-Marie, C., G. Monin and F. Casabianca (1997). « Les dénominations géographiques protégées (AOP et IGP) et leur inscription dans le droit français. Analyse de la situation du secteur des charcuteries-salaisons. » *CIHEAM Options méditerranéennes* : 293-299.

⁴⁸ Trognon et Delahaye, *Le Label ÉcoQuartier : entre marketing et projet de territoire. Une lecture au prisme de la labellisation de produit*, in Fournier, M., *Labellisation et mise en marque des territoires*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaire Blaise Pascal, 2014, 92.

⁴⁹ De Sainte-Marie, C., G. Monin and F. Casabianca (1997). « Les dénominations géographiques protégées (AOP et IGP) et leur inscription dans le droit français. Analyse de la situation du secteur des charcuteries-salaisons. » *CIHEAM Options méditerranéennes* : 293-299.

⁵⁰ Torre, A. (2002). « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. » *Revue d'économie industrielle* **100** (1) : 39-62.

⁵¹ Fort, F. (2007). « Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation. » *Économie rurale* (6) : 23-39.

⁵² Fort, F. (2007). « Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation. » *Économie rurale* (6) : 23-39.

Fort⁵³ précise que la gouvernance des certifications à vocation territoriale a un caractère particulier :

« Le lien au territoire atteste d'une proximité spatiale entre les acteurs, et celle-ci est doublée d'une proximité organisationnelle, mais aussi institutionnelle : les acteurs engagés collectivement dans un signe de qualité à gouvernance territoriale se coordonnent à travers des représentations et des règles de fonctionnement communes, fondées d'ailleurs sur les spécificités du territoire, de l'espace géographique et social » (p. 27).

Dans cet esprit, il faut s'assurer que la gouvernance du label repose sur des contrats ainsi qu'un dispositif de gestion et de régulation.

Pour Smith *et al.* (2009), la démarche de certification s'inscrit dans la vision contemporaine de l'économie où « ce sont les institutions qui structurent les économies et les marchés⁵⁴ » (p. 1). Smith *et al.* (2009) parlent alors de « gouvernement des industries » pour définir ce processus d'institutionnalisation des règles et des normes autour des projets de certifications agroalimentaires. Les dispositifs institutionnels de la gouvernance de ces labels cherchent « à rendre visibles les règles communes, de les édicter, de les mettre en place, de veiller à leur application, éventuellement de les modifier quand cela s'avère nécessaire, et de définir et faire appliquer les sanctions en cas de non-respect » (p. 56). C'est parce que les labels produisent des « biens clubs » (biens qui reviennent à tous, grâce à la valeur ajoutée produite par l'action collective) que le groupe de producteurs doit se doter d'outils de coordination pour maintenir un lien de confiance fort avec les membres et entre les membres. Plus le lien de confiance entre les membres, puis entre les membres et le syndicat, sera fort, plus le club sera solide, puisque la confiance est un stimulus à la coopération. L'institutionnalisation tente donc de faire en sorte que l'activité de production sous-jacente puisse se déployer de façon stable et durable.

Pour Perrier-Cornet et Sylvander, il ne peut y avoir de certification de type AOC sans l'acceptation, par les membres, de l'idée qu'il faut un « compromis institutionnel ». C'est en s'entendant sur l'institutionnalisation de la structure syndicale qu'ils vont donner vie à leur label particulier. Hinnewinkel affirme aussi qu'une AOC n'existe jamais en soi, elle

⁵³ Fort, F. (2007). « Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation. » *Économie rurale* (6) : 23-39.

⁵⁴ Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet (2009). « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? » in Hinnewinkel, Jean-Claude et ADES. *La gouvernance des terroirs du vin : entre local et mondial, au Nord comme au Sud*, Éditions Féret, pp.119-141, 2010.

est toujours une construction syndicale. Pour Allaire, une fois le compromis institutionnalisé, il est important de « stimuler l'adoption d'outils de gestion collective et une stratégie commune » (p. 56), car il faut faire vivre et durer le compromis. Pour Hinnewinkel, le syndicat devra utiliser ces outils pour pouvoir demeurer en tout temps l'instance de médiation qui gère les conflits entre les membres et le dispositif qui apporte une valeur ajoutée à tous ses membres.

Réseaux complexes d'acteurs et coordination

De leur côté, Angles et Minvielle⁵⁵ pensent que la mise en place d'un label territorial a un effet direct sur la gouvernance locale puisque cela engendre « l'émergence de réseaux socioéconomiques qui structurent le territoire, à des collaborations entre les collectivités territoriales et les organisations professionnelles ». Pour Perrier-Cornet et Sylvander⁵⁶, on doit bien comprendre toute la complexité des relations qu'il y a entre ces acteurs, qui ont des univers culturels et des intérêts institutionnels ou personnels très différents. Le grand défi de ce système de gouvernance sera de trouver une stratégie de stimulation de la coopération qui saura faire travailler ensemble ces acteurs. Sylvander avait déjà montré (avec Barjolles en 1999⁵⁷) que la coopération était le principal facteur de succès des AOP et des IGP en Europe. Selon Barham⁵⁸, il n'y a pas de développement des AOP sans collaboration des acteurs.

Pour Allaire et Sylvander⁵⁹, il ne faut pas se leurrer ; si cette coopération est nécessaire, elle n'est pas simple à obtenir, car avec la pluralité d'acteurs concernés, on doit toujours travailler en mode de compromis. Ainsi, Perrier-Cornet et Sylvander vont définir les filières AOC comme « des processus de coopération économique sur un territoire donné entre des agents qui organisent et élaborent des règles partagées en vue d'obtenir un avantage concurrentiel collectif, dont chacun bénéficiera aussi individuellement » (p. 81). Ces

⁵⁵ Angles, S. et Minvielle, P., Les défis et enjeux des AOC viticoles et oéicoles en Provence-Alpes-Côtes d'Azur : l'exemple du département du Var, in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2014.

⁵⁶ Perrier-Cornet, P. and B. Sylvander (2000). « Firms, coordinations and territoriality : Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine. » Économie rurale **258** (1) : 79-89.

⁵⁷ Barjolle, D. and B. Sylvander (2003). « Facteurs de succès des produits d'origine certifiée dans les filières agro-alimentaires en Europe : marché, ressources et institutions. » in Productions animales, Paris, Institut national de la recherche agronomique- **16** (4) : 289-294.

⁵⁸ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." Journal of Rural Studies **19**(1): 127-138.

⁵⁹ Allaire, G., B. Sylvander, et al. (2005). Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux.

auteurs rejoignent ainsi Torre sur la théorie des clubs et son explication de l'interrelation entre la valeur ajoutée collective et la valeur ajoutée individuelle.

Pour Smith *et al.*, le processus global d'institutionnalisation inclut effectivement de nombreux acteurs qui se partagent des segments de pouvoir à différents niveaux de l'ordre économique. Allaire va dans le même sens en affirmant que la tendance contemporaine en régulation va du côté des « initiatives multiacteurs ». Dans cette perspective, ce serait une erreur d'isoler un seul groupe d'acteurs et de lui faire porter toutes les responsabilités de gestion et de régulation du label. On fait plutôt face à une pluralité de parties prenantes qui « sont impliquées dans ce processus à différents niveaux : mondial, régional, national, local ⁶⁰ » et qui coproduisent « les règles structurantes et un ordre durable dans l'industrie ⁶¹ » (p. 3). Ces règles reposent elles-mêmes sur une logique systémique puisqu'elles se déploient à travers plusieurs instances publiques du régime de gouvernance.

Des instruments de politiques publiques

Pour Allaire ⁶², les labels qui protègent les indications géographiques et les appellations territoriales, sont des « instruments de politiques publiques » visant à promouvoir « le développement régional, la sécurité alimentaire et la biodiversité ». Au-delà des enjeux économiques importants (accès au marché, prix, cadence de production, valeur ajoutée financière) qui caractérisent les certifications agroalimentaires territoriales, il y a donc aussi selon lui de grands enjeux sociaux (emploi local, mobilisation des populations locales, capacité collective, valeurs culturelles et patrimoniales) et des enjeux environnementaux (biodiversité, paysages, élevages extensifs et préservation des ressources).

Pour Hassan *et al.* (2006), ce sont les lois sur l'orientation agricole qui favorisent « la création de groupements de producteurs » (p. 1). Ces lois, en imposant la préparation de cahiers des charges, imposent aussi une certaine « homogénéisation » de la qualité et de la typicité des produits. À travers le processus d'institutionnalisation, la démarche de

⁶⁰ Allaire, G. « Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international. »

⁶¹ Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet (2009). « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? ». La gouvernance des terroirs du vin.

⁶² Allaire, G. « Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international. »

labellisation fait passer « la confiance naturelle communautaire » en une « confiance organisationnelle » balisée et structurée.

Pour Angles et Minvielle, le dynamisme de l'agriculture labellisée permet de freiner l'engouement que peuvent avoir des élus locaux par rapport à l'urbanisation croissante de leurs villages. La labellisation permet aux producteurs de se doter d'un instrument de politique publique permettant de freiner ce mouvement d'urbanisation. Finalement, Smith *et al.*⁶³ pensent que « les AOC ont constitué les premiers véritables instruments de politique publique destinés à sécuriser la production et la commercialisation du vin au moyen d'un système de marques collectives ».

Le pouvoir des producteurs

Selon Torre, les producteurs doivent volontairement adhérer au club et doivent librement accepter de se soumettre au respect des règles établies par ce collectif. Aucun producteur n'est obligé d'adhérer à un club ; chacun peut décider de rester hors du club et donc hors de l'application des règles. Pour Perrier-Cornet, P. et B. Sylvander (2000), pour participer à un tel collectif de production, chacun doit cependant accepter de déléguer « une partie du pouvoir de décider à une tierce partie très formalisée et institutionnalisée » (p. 82). Cette tierce partie est constituée en syndicats de production et/ou en organismes interprofessionnels.

Pour Torre, selon la volonté même de l'INAO, ce sont les producteurs eux-mêmes qui doivent lancer la démarche de labellisation, enclencher un processus de discussion pour faire émerger les règles et trouver les compromis nécessaires pour que l'ensemble des membres adhère volontairement aux termes du contrat. On le voit donc ici, la vision sous-jacente à l'idée de promouvoir le dynamisme communautaire est elle-même le produit de la politique publique nationale.

Pour Parguel et Compagnone⁶⁴, « le plus souvent sous statut associatif (Loi 1901), les syndicats de produit AOC élisent en Assemblée générale un Conseil d'administration dans lequel les différentes catégories d'opérateurs économiques sont représentées. À titre d'exemple, le Conseil d'administration du Syndicat de défense de l'Époisses est constitué de 10 à 13 membres issus principalement des collègues des producteurs de lait, des producteurs fermiers et des transformateurs. Dans le cadre de la réforme issue de la

⁶³Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., *Vin et politique*, Paris, Science Po Les Presses, 2007, p.258.

⁶⁴Parguel, P. and C. Compagnone (2007). « Un dispositif d'appui aux agriculteurs pour l'élaboration de règles de production d'AOC. » *Économie rurale* **302** (6) : p. 15.

loi d'orientation agricole de 2006, ces syndicats doivent obtenir un agrément pour devenir un organisme de défense et pour l'élaboration des projets de modification des règles de l'AOC, pour participer à son contrôle, à sa défense et à sa protection. La procédure d'agrément, sous l'autorité de l'INAO, vérifie que le Syndicat applique les principes de représentativité, de transparence ainsi que le caractère démocratique de l'organisation et du fonctionnement. Les responsables des syndicats ont été surpris de voir à quel point les éleveurs ont accepté de s'investir dans le processus de réflexion sur le dispositif. Ils considèrent que cela est souhaitable que les produits AOC soient encadrés par des règles communes et connues de tous ».

Pour Smith *et al.*⁶⁵, la particularité de cette gouvernance officielle cautionnée par l'État est qu'elle met de l'avant une gestion confiée à des intérêts privés (les producteurs et leurs représentants), dont le mandat est de faire vivre et d'assurer la pérennité d'un projet collectif d'intérêt général.

Pour Hinnewinkel, c'est en s'appuyant sur le référent qu'est le terroir, que les filières de gouvernance locale de certification doivent s'appuyer pour stimuler une « démocratie participative et la mobilisation des acteurs locaux ». C'est, selon lui, un aspect prometteur de nouvelle forme de gouvernance publique où personne ne contrôle de façon exclusive la sphère décisionnelle sur cet espace public qu'est le terroir, mais où tous doivent collaborer pour partager le pouvoir qu'ils ont sur ce dernier afin de donner un sens réel à un projet de valorisation collective de cet espace. Pour lui, « le terroir devient le lieu d'une modalité démocratique et donc participative du fonctionnement de notre société. Il est ainsi une alternative sociale aux dynamiques libérales. Il est un projet de société dont l'avenir conditionne celui des produits géographiques » (p. 5). Pour faire vivre le collectif de producteurs, il est donc important de remettre les responsabilités politiques de la structure syndicale à des membres du « club » de producteurs. Hinnewinkel⁶⁶ confirme ce dernier point en affirmant que « pour qu'un projet terroir puisse durer dans le temps, les acteurs doivent travailler ensemble et maintenir une influence dans les instances sociopolitiques locales », car « la survie du terroir repose sur la capacité des producteurs à se défendre » (p. 2).

⁶⁵ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., vin et politique, Sciences Po les presses, 2007, 177.

⁶⁶ Hinnewinkel, J. C. (2007). « L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale. » *Méditerranée*(2) : 17-22.

Au-delà du pouvoir des producteurs

Pour Smith *et al.* (2009)⁶⁷, les pouvoirs de l'INAO, de l'État français et même de Bruxelles ne disparaissent pas pour autant derrière les responsabilités accrues que l'on octroie aux « instruments communautaires ».

Barham⁶⁸ insiste sur l'importance de l'INAO qui représente l'intermédiaire officiel de l'État pour administrer les labels d'origines et ceux-ci appartiennent au terroir et à la région où ils se trouvent. Pour Hinnewinkel⁶⁹, le grand enjeu politique est justement de savoir quel segment de pouvoir doit rester entre les mains de l'INAO pour que le système de gouvernance garde un équilibre global tout en maintenant un dynamisme fort au niveau de la démocratie locale et directe sur les instances de la production labellisée.

Pour les acteurs du terroir, l'INAO aurait le défaut de vouloir imposer sa culture administrative dans les affaires locales. Pour Smith *et al.* (2009), il faut ici faire attention à l'idéalisme sous-jacent au mythe de « l'autogestion » des démarches du terroir. Pour Smith *et al.* (2009), on doit accepter que « les marchés soient toujours gouvernés par l'action collective et publique »⁷⁰ et que cette gouvernance s'opère grâce aux nombreuses instances et à un réseau d'acteurs. En 2007, ces mêmes auteurs⁷¹ avaient précisé que même si plusieurs acteurs pensent que « Bruxelles » paraît loin des négociations, l'histoire récente démontre que la réglementation européenne a eu un impact central direct sur la régulation de la production labellisée. Pour Smith *et al.*⁷², on est dans une logique de « division des pouvoirs entre plusieurs paliers de gouvernement (local, régional, national, européen et international) ». Pour Allaire⁷³, tous « les pouvoirs publics s'intéressent de plus en plus afin de protéger et réglementer les initiatives locales et la reconnaissance de produits qui ont un ancrage territorial ».

⁶⁷ Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet, « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? ». *La gouvernance des terroirs du vin*, (2009).

⁶⁸ Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." *Journal of Rural Studies* 19(1): 127-138.

⁶⁹ Hinnewinkel, J. C. (2004). « Les AOC dans la mondialisation. » *Anthropology of food*(3) & Hinnewinkel, J. C. (2007). « L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale. » *Méditerranée*(2) : 17-22.

⁷⁰ Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet, « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? ». *La gouvernance des terroirs du vin*, (2009), p. 15.

⁷¹ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., *Vin et politique*, Paris, Science Po Les Presses, 2007.

⁷² Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., *Vin et politique*, Paris, Science Po Les Presses, 2007, 44.

⁷³ Allaire, G. « Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international », 55.

Cet intérêt de Paris et de Bruxelles ne serait pas une mauvaise chose pour les producteurs, car, selon Serrano et Vianey⁷⁴, les acteurs de la politique locale ont de plus en plus de pouvoir et ils penchent souvent plus vers le développement immobilier plutôt que vers la vitalité agricole. Ainsi, les maires des villages des zones périurbaines sont attirés par le chant des sirènes du développement de pavillons de banlieue, car cela génère de nouvelles taxes ; cet attrait peut s'exercer au détriment de l'agriculture et de l'économie récréotouristique qui reposent sur l'attraction des paysages bucoliques protégés par l'agriculture.

Les enjeux de régulation

Laporte⁷⁵ croit que ce qui caractérise une certification territoriale, c'est le cadre réglementaire qui délimite de façon stricte la zone de production et qui balise toute une série de modalités de production qui s'imposera aux membres producteurs. Laporte⁷⁶ précise que la référence à l'AOC est rigoureusement contrôlée par la loi : ne peut pas utiliser ce terme qui veut. Seuls les membres habilités à le faire peuvent apposer ce label sur leur production agroalimentaire.

Pour Perrier-Cornet, P. et B. Sylvander (2000), les certifications territoriales, telles les AOC, reposent sur les valeurs de compromis, de coopération, de respect de l'autonomie et d'interdépendance. Parguel et Compagnone⁷⁷ croient qu'il est fondamental que les producteurs aient une vision commune des règles de base qui doivent régir le travail effectué sous label, qu'ils définissent ces normes et qu'ils les institutionnalisent. Pour ces auteurs, ce travail de réflexion et de collaboration va donner beaucoup plus qu'un simple cahier des charges, il va donner tout un « sens » fort à la construction de la régulation. Cela doit mobiliser les membres pour qu'ils s'engagent pleinement dans ce travail collectif de production normative ; plus il y aura de mobilisation et d'engagements, plus les membres s'approprient ces règles. En prolongeant la position de Parguel et

⁷⁴ Serrano, J. and G. Vianey (2007). « Les Zones Agricoles Protégées : figer de l'espace agricole pour un projet agricole ou organiser le territoire pour un projet urbain ? » Géographie, économie, société **9** (4) : 419-438.

⁷⁵Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'Origine Contrôlée : une solution efficiente pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » INRA-ESESAD working paper(5).

⁷⁶Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'Origine Contrôlée : une solution efficiente pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » INRA-ESESAD working paper(5).

⁷⁷ Parguel, P. and C. Compagnone (2007). « Un dispositif d'appui aux agriculteurs pour l'élaboration de règles de production d'AOC. » Économie rurale **302** (6) : 10-22.

Compagnone⁷⁸, plus les producteurs pourront « réfléchir individuellement sur le lien entre leurs pratiques et les produits AOC », plus ils défendront le respect des règles et moins ils seront tentés de les transgresser. Il s'agit ici du point d'ancrage qui donne de la crédibilité à la thèse de l'importance du réflexe d'autorégulation des producteurs labellisés que Boisvert et Jutras⁷⁹ ont développé. Il y aurait donc, dans cette dynamique de labellisation, « une valorisation de l'autorégulation professionnelle⁸⁰ » qui permettrait aux producteurs de se protéger contre une ingérence de l'État.

Pour ce qui est de l'éthique des producteurs, il y aurait une sensibilité importante par rapport à la responsabilité que les producteurs démontrent face au label et aux autres membres du syndicat de production. Il y a aussi une responsabilité ressentie à l'égard des générations futures : les producteurs d'aujourd'hui doivent léguer un riche patrimoine aux producteurs de demain. Ils se sentent responsables de faire un legs aussi important aux prochaines générations de producteurs que celui que les anciens leur ont laissé.

Dans la section sur les enjeux économiques, nous avons vu à quel point la dimension réputationnelle est importante pour les groupes de producteurs rassemblés sous un label. Cette réputation repose sur une responsabilité collective et sur la responsabilité particulière de chacun des membres. En effet, cette prime à la réputation met une grande pression sur la responsabilité des producteurs de prendre au sérieux l'importance de s'autoréguler et de faire très attention à leur conduite. A-t-on besoin de rappeler que la réputation se perd beaucoup plus rapidement qu'elle ne se gagne lorsqu'il y a un constat de transgression?

La fusion de sens entre le projet individuel des producteurs et le projet collectif favoriserait une autorégulation accrue des membres du label. Même si la majorité des membres du club ne verrait pas l'intérêt qu'il y a de transgresser des règles que l'on a coélaborées et qui génèrent des bénéfices pour tous, le collectif doit demeurer vigilant, car il y a toujours des « passagers clandestins » qui ont des comportements inadéquats pouvant nuire à la réputation du groupe. Pour Barrère⁸¹ et pour Giroud-Héraud⁸², on ne doit pas sous-estimer le risque de transgression, car il y a toujours des comportements opportunistes

⁷⁸ Parguel, P. and C. Compagnone (2007). « Un dispositif d'appui aux agriculteurs pour l'élaboration de règles de production d'AOC. » *Économie rurale* **302** (6) : 10-22.

⁷⁹ BOISVERT, Y. et JUTRAS, M., « L'éthique comme mode de contrôle volontaire des Appellations d'origine contrôlée », dans *Éthica*, Printemps 2002, 37-68.

⁸⁰ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., *vin et politique*, Sciences Po les presses, 2007, 177.

⁸¹ Barrère, C. (2007). "The genesis, evolution and crisis of an institution: the Protected Designation of Origin in wine markets." *Journal of Institutional Economics* **3**(2): 165-181.

⁸² Giraud-Héraud *Concurrence Internationale dans le secteur viticole : Quel avenir au modèle d'appellation d'origine contrôlée.*

qui émergent lorsqu'il y a un potentiel de soutirer des avantages particuliers. Ces « clandestins-transgresseurs » veulent profiter des avantages relatifs au fait d'être lié au « nom de l'appellation sans consentir les efforts qualitatifs qui devraient lui être associés⁸³ » (p. 4). C'est justement pour freiner le risque de transgression et pour attraper les déviants que Torre⁸⁴ parle de la nécessité d'avoir des règles précises et des mécanismes de contrôle performants.

Pour Charlier⁸⁵, tout semble se jouer sur la rigueur de la préparation du cahier des charges, car c'est la « pierre angulaire des AOP et des IG dans les CE. Selon l'article 4 du Règlement européen, une AOP ou une IG doit être régie par un cahier des charges. [...] L'objectif est d'assurer la transparence et que le consommateur puisse obtenir l'information dont il a besoin pour baser ses choix. Le règlement européen exige que de telles structures de contrôle soient en place, même pour les États extérieurs à la CE. [...] Ce cahier des charges doit en outre attester de l'existence de structures de contrôle (décrites à l'article 10 du Règlement européen) permettant de s'assurer que les produits agricoles portant une dénomination protégée répondent aux exigences du cahier des charges ».

Pour Trognon et Delahaye⁸⁶, il importe alors qu'en matière de régulation, « une partie est autocontrôlée par les opérateurs et l'organisme de défense et de gestion du label, une autre est assurée par l'organisme certificateur. Un organisme tiers indépendant, impartial et compétent, chargé de contrôler et de certifier ce type de produit par délégation de puissance publique des ministères concernés ». Smith *et al.*⁸⁷ précisent que l'on est dans une logique particulière où le processus de régulation sous-jacent à la certification « est le fruit d'une coproduction associant les représentants socioprofessionnels et leurs homologues des pouvoirs publics ».

Pour que cette confiance s'installe, Giroud-Héraud⁸⁸ estime qu'il ne faut pas penser que ce sont les syndicats de production qui sont les mieux placés pour assumer les contrôles.

⁸³ Giraud-Héraud Concurrence Internationale dans le secteur viticole : Quel avenir au modèle d'appellation d'origine contrôlée.

⁸⁴ Torre, A. (2002). « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. » *Revue d'économie industrielle* **100** (1) : 39-62.

⁸⁵ Charlier, C. (2007). « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC. » *Économie rurale* (3), p. 74.

⁸⁶ Trognon et Delahaye, Le Label ÉcoQuartier : entre marketing et projet de territoire. Une lecture au prisme de la labellisation de produit, in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaire Blaise Pascal, 2014, 92.

⁸⁷ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., Vin et politique, Paris, Science Po Les Presses, 2007, 88.

⁸⁸ Giraud-Héraud Concurrence Internationale dans le secteur viticole : Quel avenir au modèle d'appellation d'origine contrôlée.

Au contraire, ces derniers manquent de distance, de légitimité et de force pour s'imposer et sanctionner les membres producteurs. La force des contrôles repose donc surtout sur le pouvoir des régulateurs externes qui ne sont pas en situation de conflit d'intérêts avec les producteurs. Grenard⁸⁹ pense que c'est le contrôle de conformité aux règles effectué par un tiers surveillant qui donne une crédibilité. Il précise que « la certification est une procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service est conforme à des exigences spécifiées. La certification fait intervenir systématiquement un organisme tiers et indépendant, distinct du fournisseur et du client, elle ajoute ainsi une confiance retirée des résultats d'essai et de contrôle ». En suivant Grenard, on comprend mieux pourquoi l'INAO va exiger que chaque syndicat de production choisisse, parmi des organismes qu'elle a elle-même certifiés, la firme d'audit externe qui aura la responsabilité de contrôle de la conformité. Les syndicats ne contestent pas cette exigence, car ils savent bien que cette étape de vérification est au cœur de la relation de confiance qui s'établit entre le consommateur et leurs produits.

Giraud-Héraud et Soler⁹⁰ pensent qu'il y a de plus en plus de contrôle au sein des AOC et que c'est une très bonne chose pour donner les garanties aux consommateurs que la qualité et la typicité du produit seront au rendez-vous. En réponse à certaines préoccupations de plus en plus présentes du côté des consommateurs, les balises et les contrôles intègrent aussi la question de la sécurité sanitaire et la problématique de la protection de l'environnement.

Pour Grenard, bien que les normes doivent avoir une stabilité, elles peuvent évoluer et s'adapter à de nouvelles réalités de l'environnement de production.

⁸⁹ Grenard, A. (1996). « Normalisation, certification : quelques éléments de définition. » Revue d'économie industrielle 75 (1), p 53.

⁹⁰ Giraud-Héraud, E., L. G. Soler, et coll. (2002). « Concurrence Internationale dans le secteur viticole : quel avenir au modèle d'Appellation d'Origine Contrôlée? » Cahier du LORIA, n 02.

B) SYNTHÈSE DES ENTREVUES

Cette deuxième section de la note de recherche se veut une brève synthèse de l'analyse des résultats obtenus lors de notre étude empirique réalisée dans le Sud de la Nouvelle Aquitaine (Pays basque, Landes et Béarn) à l'automne 2015.

La méthodologie prônée pour cette étude est basée sur une approche plus qualitative adoptée à partir d'entrevues semi-directives. Nous entendons par approche qualitative un questionnaire très ouvert structuré autour de trois axes thématiques (gouvernance, régulation et valeur ajoutée territoriale) administré par des entretiens : il y en a eu 12 au total, 7 individuels et 5 en petits groupes (2 groupes de 3 et 3 groupes de 2). Lors de nos entretiens, nous avons rencontré 5 femmes et 14 hommes ; il y avait des producteurs (9) ; des producteurs ayant assumé des fonctions syndicales (4) ; des représentants de coops labellisés (2) ; une représentante de label et 3 représentants de produits labellisés ou d'association de producteurs (4)

Nous avons voulu tenir des rencontres avec des répondants ayant une connaissance spécifique de la diversité de produits qui sont présents dans cette partie du Sud-Ouest de la France. Plusieurs producteurs de différents labels et de différentes productions ont accepté de nous rencontrer et ils ont été très généreux dans le partage de leurs analyses, avec des produits tels que : jambon, foie gras, piment d'Espelette, fromage, vin et cerise. Les labels étudiés dans cette étude sont : AOC, IGP, Label rouge (pas vraiment étudiés ?). Toutes ces rencontres étaient enregistrées et nous avons ensuite procédé à la retranscription écrite des entretiens oraux. Les grands principes de l'éthique de la recherche ont été respectés, puisque nous avons rapidement procédé à l'anonymisation du matériel et nous avons été soucieux de préserver l'aspect confidentiel de ces entretiens.

Nous avons ensuite transcrit les entrevues et codifié le matériel avec le logiciel NVivo. Nous avons finalement discriminé les réponses pour en soutirer le matériel par des termes pivots et sous-termes, tels que gouvernance, régulation ou encore la valeur ajoutée générale et territoriale en particulier.

Gouvernance

L'importance du syndicat de production et de ses instances

Même si la revue de littérature scientifique met beaucoup d'importance sur le rôle joué par les grandes institutions politiques (la Communauté européenne, le ministère de l'Agriculture et l'INAO) et économiques (OMC, accords du GATT), il ne fait pas de doute pour nos répondants que le véritable socle de la gouvernance des certifications territoriales du domaine de l'agroalimentaire se trouve du côté des instances de proximité. En effet, pour les répondants à notre étude terrain, c'est l'association des producteurs, qui forme le syndicat, qui est à la base de l'action collective qui porte le label. Pour ce faire, le syndicat se donne lui-même une structure de gouvernance qui repose sur l'organisme de gestion du syndicat de production (ODG) et sur un conseil d'administration. Le but du syndicat et de l'ODG est de « faire vivre une appellation et d'en défendre les intérêts »⁹¹, ils sont d'ardents défenseurs du label et de son image. Le syndicat a aussi un rôle central dans la définition du plan de développement de l'appellation ; c'est en son sein que se décident s'il y a intégration ou non de nouveaux producteurs. L'**ODG** a un rôle très actif, car « c'est l'organe commun de gestion de l'appellation ». L'ODG est impliqué sur le terrain de la régulation, puisqu'il fixe certaines limites du cahier des charges, reprend certains aspects plus litigieux de certaines pratiques et choisit le certificateur qui est, bien sûr, suggéré par l'INAO (qui l'a d'abord certifié). Des décisions parfois difficiles s'imposent à l'ODG, on pense notamment à la gestion des dossiers de sanction ou d'exclusion d'un membre à la suite d'infractions. Pour sa part, le **conseil d'administration** « garde la main sur les cahiers des charges pour vérifier la cohérence avec la charte générale ».

Pour financer le travail administratif et les activités du syndicat, un montant est payé par tous les membres du groupe certifié. Cela permet de créer une caisse pour la promotion des produits de la filière de certification. Certaines subventions obtenues des instances publiques peuvent aussi aider à développer des activités de marketing diverses (kiosque, fête thématique, etc.).

Ce sont les producteurs qui élisent le conseil d'administration, le président, le secrétaire et les autres membres de l'organisme de gestion. Ces administrateurs et dirigeants de la certification sont directement issus de la communauté des producteurs de cette filière. Dans la logique des certifications, il est essentiel que les membres de la direction soient issus du groupe de producteurs, car on pense qu'ils sont les mieux placés pour avoir à

⁹¹ Entrevue Y. Boisvert.

cœur la défense des intérêts de la communauté de production : « c'est le producteur qui est le syndicat »⁹².

L'**implication** au sein du conseil ou aux postes de direction est donc essentielle pour permettre aux producteurs de garder le contrôle sur la gouvernance quotidienne de leur certification. Cette implication a aussi le mérite de faire découvrir la réalité complexe de la gestion du label : « Quand ils sont au conseil d'administration, ils [les producteurs] comprennent mieux pourquoi il y a tel règlement et pourquoi il y a danger, attention. [...] c'est intéressant pour les producteurs. [...] il y en a qui ne s'intéresseront jamais au syndicat, et puis il y en a d'autres qui s'impliquent vraiment beaucoup »⁹³. Nos répondants reconnaissent cependant que la tâche est lourde pour les administrateurs et gestionnaires du syndicat. Il n'est donc pas étonnant que le syndicat ait « toujours un peu de mal à avoir un conseil d'administration à 15 sièges ». Si nos répondants insistent sur l'importance de la présence des producteurs à la tête de la direction du syndicat, ils disent que ce n'est pas tout le monde qui peut occuper ces fonctions, car ils en ont souvent « plein les bras sur leur propre ferme »⁹⁴.

Pour certains labels, où se côtoient **différents groupes d'acteurs**, il peut y avoir une rotation de la représentation des groupes au poste de président. Supposons que nous sommes dans une appellation de fromage X, on retrouvera un mandat présidentiel qui pourrait être d'abord occupé par un producteur de lait pendant les deux premières années du mandat, alors que le mandat suivant sera assuré par un représentant des producteurs de fromage ; l'un de nos répondants de ce type de filière nous a dit : « il y a toujours eu équilibre des voix. Donc, ce qui fait que les décisions ont toujours été consensuelles, c'est toujours le consensus »⁹⁵.

Le même type de rotation peut se produire lorsqu'il y a une grosse coopérative qui côtoie des producteurs particuliers, au sein d'un label : la rotation se fera alors entre un représentant de la coopérative versus un représentant des producteurs particuliers. Nous avons même constaté que certaines appellations préfèrent avoir des directions bicéphales : on verra alors un représentant de la coopérative et un représentant des particuliers coprésider le syndicat. L'objectif est ici de s'assurer que le développement de l'appellation soit représentatif et respectueux des intérêts de tous les acteurs de la chaîne de production du produit labellisé !

⁹² *Idem.*

⁹³ *Idem.*

⁹⁴ *Idem.*

⁹⁵ Entrevue Y. Boisvert.

Les différents acteurs qui ont des postes de responsabilité peuvent certes y apporter leur couleur, mais ils doivent toujours être soucieux de préserver l'équilibre et l'harmonie au sein de la communauté de production : « Il faut être représentatif lorsque l'on accepte ce rôle ». Au niveau du leadership éthique, on peut dire que le souci d'équité est primordial lorsque l'on accepte un poste de direction dans un syndicat de production.

Une culture de gouvernance orientée à la base sur l'action collective des producteurs

Une appellation d'origine est nécessairement le fruit d'une action collective. Comme le dit l'un des intervenants, « il faut forcément un collectif au départ, pour monter une dynamique comme celle-là. Genre monter un cahier des charges. Se structurer, etc. Forcément un collectif. [...] il faut un collectif⁹⁶ ». Un autre répondant nous a précisé : « On est dans une démarche collective. La démarche d'AOC ce n'est pas une entreprise qui la porte, c'est une filière, c'est une association des producteurs⁹⁷ ». Ce dernier point est important, car il démontre la grande distinction entre la culture économique sous-jacente avec les certifications territoriales et la philosophie économique libérale contemporaine qui carbure à la valorisation de l'entrepreneur autonome qui ne cherche qu'à produire une valeur ajoutée pour lui-même.

Pour qu'une action collective puisse prendre forme, il faut que les membres d'une filière de production puissent développer un « **lien de confiance** » entre eux. Il y a un consensus sur la nécessité de travailler ensemble et de se « fédérer ». Pour qu'un label territorial s'impose comme un référent distinctif respecté, il faut une « adhésion forte » des membres de la filière de production et de transformation. Les producteurs doivent croire à la démarche et ils doivent adhérer avec enthousiasme à un projet commun et « à une structure commune ».

Afin que le projet de certification puisse prendre racine, puis s'établir, il faut que les membres de la filière développent une **identité collective** forte et qu'ils acceptent de partager une culture du travail spécifique qui respecte des règles précises établies par le groupe. Bien que tout cela exige que les membres acceptent de faire des compromis, ils doivent d'abord reconnaître la légitimité de ces règles collectives et accepter le fait que ces dernières s'imposent à eux, quels que soient leurs désirs, caprices et intérêts propres. Plus les producteurs auront collaboré directement à la production de ces normes

⁹⁶ *Idem.*

⁹⁷ *Idem.*

collectives, plus ils devraient y adhérer avec conviction et plus l'autorégulation sera internalisée dans les pratiques de production.

Mobilisation et participation

Malgré la forte adhésion en faveur de l'appellation territoriale et de la conscience partagée sur l'importance de travailler de façon collective, nos répondants disent qu'il est souvent difficile de faire participer activement les producteurs aux instances décisionnelles : « on n'a pas que des paysans-moteurs, aujourd'hui pour renouveler les administrateurs, ce n'est pas facile ». Selon nos répondants, un nombre insuffisant de producteurs s'impliquent directement dans les sphères de la gouvernance du label ; la majorité des producteurs se disent trop surchargés pour assumer de telles responsabilités.

Pour plusieurs, la charge de travail sur une ferme est déjà très prenante et la gouvernance syndicale fait face à la concurrence de nombreuses associations qui demandent aussi une implication des producteurs : les différentes associations sociétales locales, les coopératives, les affaires communales et les associations sportives. Les membres plus actifs ne se gênent pas pour dire que « ceux qui rouspètent n'ont qu'à venir travailler aux réunions de travail, et amener leurs connaissances et leurs réflexions ». Ces membres actifs pensent que les labels seraient encore plus forts si tous participaient aux activités syndicales. Ils croient que cela enrichirait beaucoup le dialogue collectif, puisqu'il y aurait une pluralité d'opinions qui s'exprimeraient sur des questions fondamentales. Une telle mobilisation élargie permettrait de faire évoluer plus rapidement les appellations. La participation massive est particulièrement importante lorsque vient le temps de dépoussiérer certains pans du cahier des charges. Chaque producteur doit être conscient qu'il s'agit d'un moment décisif qui peut avoir des effets considérables sur leur travail quotidien.

Malgré la critique qui peut être formulée face à la passivité de plusieurs producteurs, il est cependant intéressant de noter qu'il y a un consensus pour dire que la participation directe des producteurs à l'animation des labels est essentielle à la force même de cette démarche. Même ceux qui ne s'impliquent pas directement dans la gouvernance du label reconnaissent de facto l'importance du principe de la gestion par les pairs. Pour tous nos répondants, il n'y a rien de mieux pour un groupe certifié que d'avoir des collègues-producteurs qui gèrent le collectif et qui donnent l'heure juste à l'ensemble des membres en ce qui concerne les applications du cahier des charges sur le terrain. Le lien de

confiance face à ces collègues administrateurs et gestionnaires est solide et permet la mise en cohérence de la démarche collective.

Les autres acteurs du système de gouvernance

L'INAO, un partenaire et un régulateur

Contrairement à la mauvaise image que peuvent souvent avoir les instances de régulation étatique, l'INAO a une image forte et positive auprès des producteurs. Selon ces derniers, personne à Paris « ne va toucher à l'INAO » et nul en région n'ira se plaindre de sa présence importante sur le terrain des labels. Même nos répondants les plus critiques déclarent que, malgré quelques irritants, « la situation serait pire si l'INAO n'existait pas⁹⁸ ».

Pour les répondants, le principal rôle de l'INAO est « de protéger les appellations » et de ce fait, les producteurs de ces filières. À leur avis, l'INAO fait un travail rigoureux tant sur le plan du conseil, de l'encadrement, de la régulation et de la surveillance face aux fraudes internes et externes. Les plus optimistes affirment que l'organisme public est un véritable « partenaire » pour la réussite et l'essor de l'agriculture de qualité en France.

Les répondants apprécient particulièrement la culture de gouvernance que l'INAO a toujours proposée et qu'elle s'évertue de faire vivre auprès de ses partenaires. En effet, nos répondants disent que le grand mérite de cette institution publique est d'avoir mis en place un solide système de gouvernance où chaque instance et chaque acteur sait ce qu'il a à faire, et cela fonctionne selon une logique de « chaîne de gouvernance » de type subsidiaire. Ainsi, si l'institution assume rigoureusement ses responsabilités de coordination centrale et de protection de l'intégrité des systèmes de production certifiés, elle sait très bien déléguer certains des mandats névralgiques à d'autres instances de la chaîne de gouvernance. L'idéal de cette logique de subsidiarité est de préserver le dynamisme des acteurs locaux et de s'assurer que l'expertise des acteurs du terroir sera au cœur des décisions de base qui interpellent directement chacun des produits particuliers. L'INAO délègue ainsi des responsabilités aussi essentielles que la préparation du cahier des charges aux instances les plus proches de la production, soit le collectif initial de producteurs qui se transformera ensuite en syndicat de production, une fois que l'appellation sera confirmée.

⁹⁸ Entrevue Y. Boisvert.

Cette délégation de pouvoirs et de responsabilité ne veut pas dire que l'INAO se désintéresse de ces cahiers des charges. Bien au contraire, les répondants reconnaissent que « l'INAO est exigeant sur les cahiers des charges... l'INAO veut renforcer les cahiers des charges ». Son rôle se fera donc davantage sentir au niveau de la validation de ces cahiers des charges proposés.

Pour s'assurer que les standards sont tous au même niveau, l'INAO a réussi à installer une culture de collégialité entre les différents labels : c'est comme si on entrait dans un univers de confrérie de certification. Les membres de cette confrérie protègent jalousement la réputation de cette dernière et interviennent pour surveiller et réguler les standards de qualité et de conformité avec l'esprit de ce que doit être une appellation. Ainsi, on est dans un univers de régulation, puisque « les AOP entre elles se cautionnent les unes et les autres. Donc, les autres AOP ne vont pas laisser n'importe qui obtenir une AOP ».

L'INAO n'hésite pas non plus à appuyer les syndicats de production lorsque vient le temps de rappeler à l'ordre ou même de sanctionner certains membres transgresseurs. Pour les responsables de ces syndicats, ce soutien est essentiel pour donner de la force aux exigences régulatrices qu'ils doivent imposer à leurs pairs. L'un des répondants affirme que l'INAO représente pour les producteurs et les syndicats de production « l'épée de Damoclès » qui les rappelle à l'ordre lorsque les tentations de laxisme ou même de transgression effleurent leur esprit. Les répondants savent que l'INAO peut même mettre en tutelle un syndicat de production qui fermerait les yeux sur des transgressions ou pire, qui alimenterait un système de fraude.

Même si l'INAO délègue les audits externes à des tiers régulateurs privés, elle garde un contrôle sur la régulation à travers un système de reconnaissance officielle de la conformité et de l'intégrité de ces firmes d'audit externes et elle a toujours un mot à dire sur les cahiers des charges et leur mise à jour. Ainsi, les délégations conduites par l'INAO ne reposent pas sur une logique de retrait globale : ce sont des délégations contrôlées et des délégations qui pourraient être éphémères.

Par-delà sa fonction de régulation, l'INAO est considérée par nos répondants comme un allié de premier ordre dans la défense des intérêts des producteurs de labels de qualité, tant à l'échelle européenne qu'internationale. Ses services juridiques surveillent et démontrent les injustices subies par les producteurs locaux face à certains produits d'importation bas de gamme, qui ne respectent pas les standards d'hygiène de base ou face aux productions étrangères qui utilisent frauduleusement des références nominatives liées aux appellations. Ce combat contre l'usurpation des appellations par des

producteurs étrangers est très apprécié par les producteurs : « L'INAO, déjà à l'échelle de la France, va quand même se battre aussi, y compris avec les pays étrangers, pour que nos appellations ne soient pas dévoyées en Chine ou au fin fond du Pérou pour que tout le monde ne puisse pas revendiquer n'importe quelle appellation, enfin, à droite à gauche, en disant, "voilà". La libéralisation des droits de plantation et ainsi de suite, c'est des sujets que l'INAO prend à bras-le-corps, pour défendre les intérêts de la viticulture française⁹⁹ ». Par-delà la viticulture, ce sont tous les produits certifiés qui reçoivent la garantie que l'INAO se battra pour les producteurs français pour éviter que l'on s'approprie de façon illégitime du nom protégé des appellations : terminé le temps où l'on pouvait prétendre proposer du champagne de Californie et du Roquefort de Chine !

Bien sûr, certains de nos répondants vont reprocher à l'INAO d'avoir des tentations bureaucratiques qui engendrent de la lourdeur. On lui reproche surtout l'interminable longueur du processus de labellisation ; pour l'un de nos répondants, lorsqu'on travaille avec l'INAO, on doit accepter que « tout soit lent [...] ça fonctionne au rythme des fonctionnaires ». Cette longueur peut être pénible pour certains, mais d'autres pensent que c'est salutaire pour permettre aux acteurs de se concerter et de se préparer.

Une chose est cependant certaine, personne ne conteste la légitimité et l'utilité de l'INAO.

Les coopératives : des partenaires facilitateurs

Selon nos répondants, les membres des coopératives de production auraient plus de facilité pour relever le défi de la production certifiée, car ils sont habitués à travailler dans une « logique collective » et à produire selon un cadre normatif établi et imposé. Comme dans les syndicats d'appellation, les coopératives agroalimentaires fonctionnent avec un conseil d'administration, formé de membres producteurs, et d'un comité de direction. Les membres des coopératives ont aussi l'habitude d'être surveillés par les responsables de la coopérative qui doivent s'assurer que les membres respectent les règles de production. Face à cela, la logique de certification qui exige une vérification de conformité par un audit externe ne pose donc pas de problème.

⁹⁹ Entrevue Y. Boisvert.

Les auditeurs externes

On ne s'improvise pas auditeur externe en matière de certification des produits agroalimentaires relevant de l'INAO. C'est ce dernier qui doit habiliter chacun de ces auditeurs pour que ceux-ci puissent recevoir le statut « d'organisme de contrôle certifié » auprès des filières de production. Une fois que ce statut officiel leur est reconnu, ils peuvent offrir leurs services d'audit aux ODG (sens ?) responsables de la gestion des différents labels.

Les chambres d'agriculture

Pour nos répondants, on peut dire que la Chambre d'agriculture est un acteur d'importance dans les régions. Le réseau des Chambres d'agriculture est investi de trois missions : A) contribuer à l'amélioration de la performance économique, sociale et environnementale des exploitations agricoles et de leurs filières ; B) accompagner, dans les territoires, la démarche entrepreneuriale et responsable des agriculteurs ainsi que la création d'entreprises et le développement de l'emploi ; C) assurer une fonction de représentation auprès des pouvoirs publics et des collectivités territoriales¹⁰⁰.

Au Pays basque, il y a notamment deux Chambres, une située à Pau qui est institutionnelle et l'autre au Pays basque qui revêt un statut associatif, mais qui joue un rôle de mobilisation important auprès des producteurs basques : « C'est sûr que la Chambre d'agriculture de Pau est plutôt à dire qu'il y a de la place pour tout le monde, y compris, je dirais, des grosses coopératives, des grosses industries. Et la Chambre d'agriculture du Pays basque est plutôt portée sur la préservation d'une exploitation familiale, préservation territoriale¹⁰¹ ».

Les acteurs politiques

Les appellations sont des porte-étendards visibles d'une commune ou d'une région dans laquelle une production particulière s'est développée et a pris racines et assises. Face à cela, nous pourrions penser que les élus de ces communes ou de ces régions qui voient leurs noms sur des produits certifiés sont des ambassadeurs de ces certifications ! Pourtant, à la question : « les acteurs politiques locaux tels que les maires de communes

¹⁰⁰ Tiré du site : www.chambres-agriculture.fr

¹⁰¹ Entrevue Y. Boisvert.

ont-ils une implication importante auprès des associations de labels dans la gouvernance de ceux-ci ? », nos répondants ont été plutôt critiques face à la mobilisation de ces élus locaux !

Pour illustrer cette déception face au peu de soutien de la part des acteurs locaux, on citera d'abord un membre de la filière IGP Bayonne qui était particulièrement critique face au maire de Bayonne: « Il n'a pas conscience ; il est persuadé que c'est lui qui nous en apporte (rires)... ou alors il fait semblant d'en être persuadé..., il faudrait presque qu'on lui verse de dividendes ». Il précise que « les élus sont persuadés que Bayonne, c'est eux qui ont créé en fait l'image. Le consortium crée quand même de la valeur notamment économique sur le territoire, mais l'équilibre entre les deux on a l'impression qu'il pourra jamais être à peu près harmonieux. C'est-à-dire que les élus vont rester sur leurs positions quelles que soient même à la limite, les tendances politiques. Et le consortium va continuer à développer ses outils de production, son activité économique. [...] Ce qui est quand même étonnant c'est que, par exemple, la ville de Bayonne ne reconnaisse pas l'impact pour sa ville du Consortium, enfin des activités autour du jambon, précisément. Parce que je pense que c'est facile à démontrer : économiquement, même dans les fêtes de Bayonne, etc. Il y a quand même des éléments objectifs, quoi »¹⁰². Un membre de la filière piment va dans le même sens en parlant des anciens maires d'Espelette qui ne voyaient aucun avantage à soutenir le label, alors qu'une grande partie des touristes viennent dans le village à cause de la renommée de ce piment de grand cru. Des répondants, membres d'une AOP vin nous ont également dit : « Malheureusement tous les élus et, notamment ceux d'Irouléguay, ne sont pas pleinement conscients peut-être de la chance qu'ils ont d'être élus d'une commune, enfin pour parler vraiment de la commune d'Irouléguay, de la commune qui a la chance de porter le nom de l'appellation. Je pense que c'est une chance qui... ça permettrait beaucoup de choses et que ces choses-là aujourd'hui ne sont pas captées, ne sont pas imaginées¹⁰³ ». Pourtant, les élus d'une commune voisine qui n'a pourtant pas de visibilité directe de l'appellation sont très impliqués dans la valorisation de l'appellation. Pour nos répondants de cette appellation, ces élus de la commune voisine savent que la présence de ce produit phare dans la région engendre « une plus-value [...] pour leur village [...] Pour eux, on est apporteur d'activités dans le village ». Ainsi, ces élus misent sur la valeur ajoutée que peut engendrer le dynamisme de cette appellation en matière d'emplois directs et indirects. Ils espèrent que le syndicat de production va investir de grosses sommes pour construire des bâtiments dans leurs villages ou croient que la coop locale pourrait prendre de l'expansion grâce à

¹⁰² Entrevue Y. Boisvert.

¹⁰³ *Idem*.

la notoriété de ce vin. Ils pensent aussi que la visibilité que donne le label va créer de l'emploi et va éventuellement attirer des touristes.

Pour nos répondants, les élus locaux doivent comprendre que l'approche mise de l'avant par les producteurs de labels de qualité et de certifications territoriales représente une option intéressante et riche pour créer de l'emploi pour les jeunes des régions rurales, pour générer de nouvelles entrées pécuniaires pour les communes et pour engendrer une certaine richesse collective qui permettra de maintenir les services publics en place.

Selon nos répondants, les départements sont sensibles au soutien nécessaire à apporter pour dynamiser les appellations. Cela se fait notamment à partir des politiques de soutien à l'agriculture. Cet engagement départemental est soutenu par tous les élus, quelles que soient les allégeances politiques des responsables au pouvoir : « pour le Conseil départemental, c'est-à-dire avant c'était la droite qui nous soutenait, après, ça été la gauche qui nous a soutenus. Et maintenant, c'est de nouveau le Centre droit et ils nous soutiennent encore¹⁰⁴ ». Les répondants disent cependant qu'ils craignent qu'avec les vagues de rationalisation imposées aux administrations publiques, les responsables départementaux se retirent des soutiens financiers. Il est donc important que les membres du syndicat de production puissent compter sur un réseau de contacts qui pourra leur donner un accès aux élus de la région.

Régulation

Pour certains de nos répondants, il ne faut pas être naïf et penser qu'un label pourrait donner les mêmes garanties sans les balises nécessaires pour définir les standards et sans la présence d'un régulateur pour surveiller et valider la conformité des productions. S'il n'y avait pas de surveillance des produits biologiques, qui pourrait convaincre le consommateur que son produit, qu'il achète à prix fort, est effectivement exempt de tout pesticide ? Sans les audits, qui pourrait nous rassurer que le temps d'affinage d'un fromage est bel et bien celui annoncé ? Etc. !

Sans la place accordée à la logique de régulation dans le système des certifications, le consommateur devrait avoir une confiance aveugle à l'égard des producteurs et il devrait se convaincre que ces derniers ont une éthique commerciale irréprochable. Lorsqu'il y a

¹⁰⁴ Entrevue Y. Boisvert.

de gros enjeux économiques et des profits importants à faire, l'éthique de certains producteurs ou commerçants peut se diluer.

À chaque label sa finalité et ses caractéristiques

Il est important de savoir que tous les labels et les certifications n'ont pas la même vocation et ils ne proposent pas les mêmes garanties aux consommateurs. Comme l'a si bien dit l'un de nos répondants, « chaque label a son créneau » ! Ainsi, le Label rouge donne la garantie que la qualité gustative du produit est nettement en haut de la moyenne des produits similaires sans label (il s'agit de valider la qualité supérieure du produit). De son côté, le label IGP n'a pas la même valeur qualitative que le Label rouge, pas plus que celle des AOC, puisque le cahier des charges y est assurément moins contraignant : « Une IGP, par rapport à une AOC, c'est toujours plus bas, puisqu'on est sur une zone qui est plus grande, avec des normes plus permissives¹⁰⁵ ». Le mérite du label IGP n'est donc pas relatif au critère qualitatif, il porte surtout sur la précision qui est faite au sujet de la provenance territoriale du produit : par IGP sud-ouest, on sait que le foie gras est produit dans cette grande région de la France. Ainsi, un consommateur de la Nouvelle Aquitaine, qui défend la logique des achats locaux ou de l'achat de proximité, sera intéressé par des produits marqués par le label IGP, parce qu'ils répondent à l'une des valeurs qu'il priorise dans ses achats. Il en va de même pour les produits biologiques, car s'il n'y a aucune garantie de qualité gustative du produit qui est sous-jacente à ce label, le consommateur qui croit à l'importance des produits santé sans pesticides sera comblé. En effet, ce qui est vendu sous ce sceau, c'est une garantie que ce produit a été cultivé selon des règles strictes quant aux méthodes de production, la non-utilisation de pesticides ou d'autres produits chimiques. Pour ce qui est de l'AOC, on sera plus du côté de la valorisation d'un terroir particulier, d'un savoir-faire traditionnel d'une communauté donnée, d'une typicité à préserver et des standards de qualité qui atteindront de bons niveaux (au détriment de la quantité de production).

Dans cette logique, certains de nos répondants ont tenu à préciser que ce n'est pas parce que le produit a un label bio que la qualité gustative sera supérieure ; cela s'explique tout simplement parce que, à ce niveau, la qualité gustative ne fait pas partie des indicateurs inhérents au cahier des charges de ce label. Ce dernier point est important, car pour arriver à obtenir une certification, il faut être capable de donner des garanties de conformité avec des indicateurs précis. Qui dit conformité, dit nécessairement respect des

¹⁰⁵ Entrevue Y. Boisvert.

normes présentes dans un cadre référentiel connu et publicisé (dans le cas de nos certifications, ce cadre se retrouve dans le cahier des charges du label).

Contrairement à une critique qui se fait entendre aujourd'hui sur le problème de la multiplication des labels, plusieurs de nos répondants nous ont dit qu'il n'était pas contradictoire de superposer des labels sur un même produit, car chaque label confirme la conformité avec des indicateurs différents. Ainsi, chaque label interpelle une clientèle différente. Ainsi, un produit pourrait être IGP, Label rouge et même bio, puisque chacun de ces labels exige le respect de normes différentes et complémentaires.

Bien sûr, ce type de superposition des certifications a des répercussions sur le prix des produits, car pour chaque label il y a des contraintes et des vérifications qui font augmenter le coût de production.

Cahiers des charges : les règles du jeu

Ainsi, les nouveaux regroupements de producteurs qui se lancent aujourd'hui dans une démarche de certification profitent du capital de légitimité acquis au fil du temps par les démarches précédentes des autres filières. Ce qu'il faut retenir de l'exemple français, c'est qu'il n'y a pas de démarche de certification crédible possible sans la présence d'une infrastructure de régulation rigoureuse et légitime. Le consommateur recherche un produit certifié parce qu'il sait que les contrôles de conformité sont rigoureux et que les producteurs qui y sont liés ont le désir et l'avantage de se conformer aux règles de leur appellation qui se retrouvent dans le cahier des charges.

Pour l'un de nos répondants, « le cahier des charges est incontournable pour permettre de travailler de façon collective ». Ce cahier des charges a le mérite d'énoncer clairement les « règles fondamentales » qui s'imposent à tous les membres du regroupement de producteurs. Le cahier des charges a le mérite d'éliminer l'aspect arbitraire et la confusion, « il permet des choses et interdit d'autres choses ». Avec le cahier des charges, le producteur « sait très bien la qualité qu'il a à faire » pour respecter les standards et il s'assure de ne jamais s'en éloigner afin de ne pas perdre son privilège d'être lié au collectif certifié et de pouvoir utiliser l'image de marque de sa certification.

Le cahier des charges permet « d'avoir un produit régulier » qui donne au consommateur l'avantage de connaître les critères de base des produits qu'il achète lorsqu'il décide de choisir ce produit certifié. Bien sûr, un producteur peut aller plus loin dans sa quête de

qualité et c'est ce qui va le distinguer et qui va permettre à un consommateur de rechercher, dans une appellation, un producteur précis.

Certains des répondants pensent que le cahier des charges impose une standardisation trop importante au goût des produits, car tout « est tracé de A à Z ». Par exemple, les producteurs des vins AOC vous diront que tout est réglé comme une « montre suisse », « la taille de la vigne, le nombre de grappes, le type de cépage, etc. ». Un de nos répondants de l'appellation Jurançon précise « [...] dans le cahier des charges, les vendanges manuelles sont obligatoires. Pas de vendanges à la machine. Donc, vous êtes au moins sûr que le vin que vous avez en bouteille a été vendangé à la main avec des grappes qui ont été triées, un premier tri pour faire le Jurançon sec, un deuxième tri pour faire le Jurançon doux, un dernier tri pour faire les vendanges tardives. Vous êtes sûr qu'il y a une logique, une cohérence et puis un certain soin apporté à la vigne. [...] Vous avez déjà au moins une qualité de travail ». Pour ce répondant, lorsque vient le temps de travailler dans la vigne, il y a peu de place pour l'improvisation ; on ne se pose pas de question, tout est normé, qualifié et standardisé et on fait le travail en conformité avec ce qui est prescrit dans le cahier et cela fait partie de la culture du travail bien fait : « on est fier de ce que l'on fait ».

Pour nos répondants, chaque adhérent a un label ou une certification reconnus et sait à quoi il s'engage. Ainsi, il ne peut par la suite contester les normes en cours de production, car les règles du jeu sont claires dès le départ : « Le cahier des charges est public et il s'impose à tous ceux qui adhèrent à la démarche ». L'un de nos répondants affirme d'ailleurs que « quand on adhère à la démarche de la production labellisée, on ne conteste pas le cahier des charges ». Si les règles ne conviennent plus à un producteur adhérent, il doit tout simplement se retirer de lui-même afin de faire un produit générique comme une tomme des montagnes, un vin de table ou un jambon de pays.

Chaque certification a un cahier des charges particulier qui va baliser le travail que doit effectuer le producteur membre. Pour le **Label rouge**, le cahier des charges semble plus rigoureux et ne laisse aucun doute sur la qualité du produit : « Tous les cahiers des charges Label [rouge] sont construits de la même manière... absolument, ils sont tous construits pareils. Qu'est-ce qui fait que le produit va être de qualité supérieure ? Quel que soit l'animal, vous allez toujours avoir une notion de génétique. Souvent, c'est des animaux à croissance lente. C'est vrai en poulet, en bovin, en porc, en canard, etc. Les souches d'animaux sont citées. Vous avez toujours une notion de qualité d'aliments donc

avec un minimum de céréales, etc. Une notion d'espace, une notion de durée. Tous, ils sont construits pareil. Et derrière, il y a des contrôles¹⁰⁶ ».

Lorsque le cahier des charges est réfléchi et mis en place par et pour les producteurs membres du regroupement, l'INAO s'assure que ces cahiers des charges sont bien respectés et que le produit se maintient dans les standards de qualité du label particulier.

Le cahier des charges a beau être difficile à changer, certaines modifications s'imposent parfois : « C'est toujours difficile puisque c'est un texte qui est gravé dans le marbre, un peu entre guillemets, qui a été validé une première fois et toutes les instances qui statuent sont toujours très vigilantes dès qu'on parle de faire évoluer ce cahier des charges, quelles sont ces évolutions. Donc, forcément, elles peuvent être faites à la demande des producteurs qui disent bon, bien aujourd'hui, notre cahier des charges il dit que, bien par exemple, telle commune n'est pas listée comme étant dans l'appellation, or on estime que le terroir est magnifique et que ça mériterait, venez faire une enquête, pour vérifier ça, et dites-nous si vous êtes d'accord. Donc, il peut évoluer dans les deux sens. Il peut aussi évoluer, parce que des règlements européens ou français, mais de plus en plus européens, disent : bien voilà, aujourd'hui, on estime que... ».

Ainsi, il se peut que le cahier des charges doive évoluer afin de s'adapter au terroir qui change au fil du temps, notamment à cause des changements climatiques. Certaines régions peuvent avoir plus de difficultés à profiter des jours d'ensoleillement nécessaires pour respecter le cahier des charges ou, au contraire, la chaleur suffocante et le manque d'eau peuvent mettre en péril la survie de certains cépages dans une région. Pour faire évoluer ce cahier des charges, ce sera souvent la quête d'un nouveau consensus qui sera le plus difficile à obtenir.

L'INAO peut éventuellement proposer quelques suggestions pour faire évoluer des pratiques par le biais de changement dans le cahier des charges. Habituellement, les orientations proposées par l'INAO visent le resserrement de certains critères afin d'augmenter les standards de qualité du produit ou pour obliger le cahier des charges à intégrer de nouvelles normes européennes.

Pour certains de nos répondants, on ne peut pas nier que derrière la philosophie d'un cahier des charges il y a une certaine « logique protectionniste ». L'un de nos répondants précise que lorsque « vous faites un cahier des charges comme ça, vous le faites suffisamment dur. Il est dur pour vos producteurs, mais il est d'autant plus inabordable

¹⁰⁶ Entrevue Y. Boisvert.

pour les gens qui sont dans un système de production industrielle... au fil des ans, on a réussi à se protéger des industriels ».

Contrôle

Les répondants sont conscients que si l'Europe a accepté de faire siens la défense des certifications agroalimentaires de type territorial ou les labels de qualité, c'est parce que les garanties données en matière de rigueur des contrôles de conformité étaient un gage de sécurité alimentaire pour les consommateurs. Dans la logique des certifications, les contrôles sont rendus possibles parce que les cahiers des charges contiennent des indicateurs de production qui peuvent être vérifiés.

Tous savent que la présence « des audits internes et des audits externes » est un gage de crédibilité et de confiance qui permet aux producteurs de jouir d'une valeur ajoutée réputationnelle qui se répercutera en valeur ajoutée économique. À ce sujet, l'un des répondants précise que « les contrôles... ça évite toute tricherie, mais c'est bien ! Il faut qu'il y en ait », alors qu'un autre déclare « on n'a rien sans rien. La confiance du consommateur, le crédit d'un signe officiel comme le Label rouge passe par le contrôle. Le contrôle d'organisme indépendant... [et de] l'autocontrôle, ce qu'on réalise nous ».

Les différents contrôles que rencontrent les producteurs certifiés prennent diverses formes : il y a d'abord des contrôles internes effectués par le **syndicat de production**. Ce dernier effectue des contrôles techniques qui peuvent prendre la forme d'une vérification technique de la taille de la vigne ou du nombre de grappes conservées sur la vigne ; cela peut être aussi un contrôle sur la nourriture des brebis, une validation du nombre de pieds de piments plantés, ou un contrôle sur la quantité de lait produit (un de nos répondants affirme que « les techniciens viennent une fois par mois mesurer le lait »). Le syndicat intervient aussi à la fin du processus de production ou de transformation pour valider la qualité du produit final (ex. : les tests de vérification de la couleur de la poudre de piment et de son goût [« il y a une notation sur l'aspect, l'odeur, la texture, le goût et l'arrière-goût »] ; ces tests de goût se feront aussi pour le Label rouge).

Ces contrôles internes réalisés par le syndicat sont renforcés dans les **coopératives** de production. L'un de nos répondants précise que « la coop fait un travail de régulation de base afin de s'assurer que tous les membres respectent l'entente de production », « on fait en sorte qu'ils respectent le cahier des charges ». Un représentant d'une coopérative du milieu du vin précise : « nous nous occupons des vignerons coopérateurs que nous suivons au quotidien, avec des visites annuelles, pendant les vendanges ou au moment

de la taille de la vigne [...] pour nous assurer qu'ils sont dans le respect des règles édictées par le cahier des charges. On a des techniciens, des techniciens vignes, des techniciens viticoles qui sont chargés de suivre nos adhérents ». Ces contrôles sont nécessaires, car pour se joindre à une coopérative de production, il faut de facto accepter de travailler en mode collectif. Comme membre d'une coopérative, on défend l'idée qu'il est nécessaire de suivre des règles collectives et on s'attend à ce que le regroupement s'assure que le laxisme de certains membres soit vite ciblé afin de ne pas nuire aux autres membres. De plus, les responsables des coopératives se font un devoir d'aider les membres à bien remplir les dossiers administratifs qu'ils doivent présenter aux auditeurs externes représentant l'INAO, car « lorsque l'organisme certificateur passe [il faut] que tout soit en super ordre ».

Il y a aussi les contrôles externes qui guettent les producteurs. Il y a d'abord ceux qui sont réalisés par l'**INAO** et que les producteurs redoutent le plus. L'INAO et ses techniciens visitent régulièrement les lieux de production et ils s'assurent que le contrôle de qualité n'est pas pris à la légère par le syndicat de production et que les producteurs adhérents se sentent tous concernés par leurs responsabilités directes dans le travail de maintien de la cohésion et de la force du label de qualité ou de la certification territoriale. Cette rigueur que l'INAO exige des producteurs se retrouve dans son approche des contrôles faits par ses techniciens. L'un des répondants exprime bien tout le respect et le sérieux de ces contrôles : « Vous avez l'INAO qui arrive et eux, ils ne rigolent pas. Eux, c'est du sérieux, ils ne sont pas là pour faire dans la dentelle. Et c'est normal, parce qu'on a un produit de qualité ». Un autre répondant précise : « L'INAO, ils sont quand même stricts. Il n'y a pas trop de copinage. C'est-à-dire [...] le syndicat, on se tutoie et tout ça. Lui, c'est vous, il arrive, bon il est carré ce qu'il fait. Il arrive et il n'est pas là pour rigoler. Il connaît son job, il sait ce qu'il a droit, il sait ce qu'il n'a pas le droit. Il sait ce qu'il ne peut pas permettre ». Comme ils ne peuvent pas vérifier tous les producteurs, ils sélectionnent un échantillon représentatif (« par sondage ») et ils viennent faire leur contrôle à « l'improviste ».

Malgré cette rigueur reconnue, nos répondants affirment que cela ne se transforme pas en rigidité désincarnée, « ils ne sont pas non plus tout le temps en train de nous assaillir ». Pour eux, si les auditeurs de l'INAO sont « stricts », ils ne viennent pas sur le terrain pour « descendre du producteur ». Ils sont certes exigeants, mais ils font preuve de bon sens et de « souplesse » pour que chaque producteur puisse réaligner sa pratique au besoin. L'un de nos répondants affirme qu'ils sont là « pour avertir, pour mettre en garde » et cela est souvent suffisant pour que les producteurs fautifs se reprennent rapidement en main.

Ils donnent souvent des conseils lorsqu'ils constatent que le problème de conformité n'est pas un problème de malveillance, mais lorsqu'il s'agit plutôt d'un impair technique.

Il y a aussi les contrôles qui sont réalisés par les **auditeurs externes privés** qui ont reçu l'habilitation par l'INAO et qui ont été choisis par l'ODG du syndicat de production (dans le sud de la Nouvelle-Aquitaine, deux grands groupes s'imposent : CertiSud et Qualisud). Ils sont responsables de vérifier de façon très précise si les différents indicateurs du cahier des charges sont respectés par tous. L'un des répondants explique que l'organisme externe indépendant « vient contrôler notre travail et s'assurer qu'on le fait dans les conditions propres au cahier des charges ». L'organisme vient aussi « s'assurer que l'ODG travaille dans le respect des règles édictées ». Un de nos répondants affirme avoir été surpris de la rigueur de son dernier contrôle par l'organisme, ce fut « un contrôle très strict ». Selon un autre répondant, « ils viennent nous regarder, on ne peut pas faire n'importe quoi par rapport à la production que l'on a... Et on ne peut pas tricher ».

Finalement, il y a un dernier type de contrôle externe non officiel qui concerne les productions animalières, c'est le **vétérinaire** qui vient surveiller la santé des élevages.

On peut donc dire que ce climat régulateur impose une certaine pression sur les producteurs pour qu'ils exercent en amont leur propre autocontrôle afin de maintenir la conformité avec le cahier des charges. Comme le dit l'un des répondants qui défendent l'importance de l'autocontrôle, « quand on met son nom, c'est quand même, c'est notre produit qui sort. Si un client achète mon produit avec mon nom et que la poudre elle n'est pas bonne, c'est toi qui es responsable et personne d'autre ». On est ici dans un univers où le producteur a nettement avantage à s'autoréguler en se dotant d'une éthique de production irréprochable. Pour certains de nos répondants, cette éthique prend forme dès l'instant où le producteur décide d'adhérer volontairement à un projet collectif de certification. En se joignant au syndicat de production, il va de soi que le producteur accepte de se réguler lui-même ; ce serait une question de bon sens. L'un de nos répondants cible un point important qui favorise cette éthique de la production, c'est la participation directe des producteurs à la préparation du cahier des charges et à la gestion du syndicat : comme « on construit le fouet pour se faire battre », le bon sens est donc de se conduire pour ne pas avoir à subir ce fouet.

Sanctions

Le cahier des charges donne les lignes directrices de production, il dicte comment les contrôles doivent être effectués, à quelle fréquence, et il donne les directives sur les

sanctions à imposer dans les cas d'infraction. Pour les producteurs, la menace de sanction sert de rappel à ceux qui seraient tentés de transgresser : « Il y a sanction ! Donc, c'est pour ça que c'est très important d'être dans les clous¹⁰⁷ ».

Bien entendu, le processus de sanction est graduel ; dans un premier temps, le transgresseur « reçoit un avertissement », ensuite « il reçoit une amende et après il peut être rayé, ça n'arrive pas, il peut être rayé de la liste¹⁰⁸ ». Les risques liés à la perte de l'habilitation ont une forte conséquence sur le revenu, mais surtout sur la réputation du producteur.

L'un des grands débats que l'on trouve dans les AOC est de savoir ce que l'on fait avec les produits déclassés qui ne peuvent se vendre sous le label, on pense entre autres aux fromages ou aux piments. Chez les puristes, on défend l'idée que les produits non conformes devraient être détruits pour éviter de créer une confusion chez le consommateur. Parlant des piments non conformes, l'un de nos répondants déclare : « Vous le mettez au compost, vous le mettez où vous voulez, vous le jetez. Certains l'ont fait, mais il reste néanmoins que les lots qui sont refusés, on a à peu près chaque année 0,7 à 0,8 % des lots qui sont refusés, parce que les producteurs font très attention, parce qu'au bout de trois lots refusés, ils perdent leur habilitation pour un an, se retrouvent le plus souvent vendus comme piment basque à moindre coût ». Pour ce répondant, cette solution est irresponsable, car le piment basque est un produit concurrent bas de gamme qui se vend en créant de la confusion chez les consommateurs. En effet, plusieurs consommateurs qui ne connaissent pas vraiment le produit achètent ce produit moins cher en étant persuadés que c'est le même produit. Pour ce répondant et quelques autres, les sanctions devraient être plus importantes.

Malgré la volonté de certains de voir poindre des sanctions plus fermes, la plupart de nos répondants pensent que la sévérité des sanctions n'empêche jamais totalement la possibilité de voir poindre des fraudes.

Traçabilité et pression des réseaux commerciaux

Les répondants sont conscients qu'au-delà du poids de la régulation administrative, il y a aussi de plus en plus de pression exercée par les clients industriels et ceux de la grande distribution. Parmi les critères sur lesquels ces gros acteurs économiques imposent de la pression, il y a la conformité aux critères de traçabilité. Les crises sanitaires ont eu des

¹⁰⁷ *Idem.*

¹⁰⁸ *Idem.*

répercussions financières importantes, les transformateurs et les distributeurs ont donc compris que la traçabilité globale est une stratégie essentielle pour limiter les dégâts en temps de crise. À ce sujet, voici le commentaire de l'un de nos répondants qui exprime bien l'intégration par les producteurs, de cette nouvelle réalité en matière de traçabilité : « J'ai beaucoup de conserveurs... qui... me demandent des analyses précises donc, tous mes lots de poudres je suis obligé de les faire analyser par le laboratoire. Donc, je prends mon lot de poudres, je le mets sous vide, je fais la date de brûlage et je l'envoie à analyser. Ils me sortent toutes les analyses, parce que dans la conservation, dans la transformation de leurs produits, ils utilisent le piment, mais aujourd'hui dans l'alimentaire, s'il y a un problème, ils veulent se retourner savoir d'où vient le problème¹⁰⁹ ».

Limite des contrôles

Malgré les nombreux contrôles, il faut être naïf pour penser que la tricherie n'existe pas dans l'univers des productions certifiées. Dans un contexte de mondialisation, il faut rester toujours vigilant par rapport aux fraudes internationales, lorsque des productions étrangères sont vendues sous la fausse dénomination des produits certifiés. À ce propos, les producteurs reconnaissent qu'ils n'ont pas le choix de faire confiance à l'INAO pour exercer cette surveillance et effectuer les démarches nécessaires afin que ces fraudes soient sanctionnées. Ils sont conscients que c'est un travail énorme qui exige des ressources importantes.

Pour ce qui est des transgressions internes, c'est-à-dire celles qui sont faites par les membres certifiés des filières, nos répondants pensent qu'elles sont plutôt marginales, mais qu'il sera toujours impossible d'atteindre le niveau de transgression zéro. Durant nos entretiens, nous avons rencontré un répondant qui s'était justement fait prendre à transgresser. Il ne niait pas sa transgression, mais il trouvait dommage que les règles punissent les producteurs innovateurs et performants. Il avait mis en place une technique qui augmentait sa capacité de produire tout en respectant de très hauts standards de qualité et cela lui a valu une sévère sanction, plutôt que des félicitations. Pour lui, cela prouvait certes la rigueur des processus de contrôle, mais ne démontrait pas leur intelligence.

Pour d'autres répondants, c'est justement pour pouvoir attraper plus de transgresseurs potentiels qu'il faut insister sur l'importance de vérifier plus de producteurs. Les contrôles

¹⁰⁹ Entrevue Y. Boisvert.

aléatoires font en sorte que certains sont peut-être tentés de jouer avec les statistiques du hasard et osent prendre le risque de transgresser les règles.

Valeurs ajoutées des labels

Lorsqu'un groupe de producteurs se lance dans un processus de certification cela se fait toujours dans une logique de création d'un produit original qui présente une valeur ajoutée certaine, minimalement pour les producteurs et pour les consommateurs et, dans le cas des AOC, pour la communauté installée sur le territoire où est ancré le terroir.

La valeur ajoutée et le producteur

La labellisation d'un produit est une opération exigeante et coûteuse pour le producteur. Il doit en effet accepter de mettre de côté une grosse partie de sa liberté d'action pour se rallier aux autres producteurs locaux afin de participer directement ou indirectement à la gestion du collectif. Ce collectif est étroitement lié à la gestion de la régulation sous-jacente à l'application rigoureuse du cahier des charges. En décidant de se lancer dans une telle aventure, le producteur met aussi de côté sa volonté d'innover à sa façon, puisque les démarches de labellisation engendrent nécessairement une forme de conformité et de standardisation.

Pour les producteurs qui se rattachent à un label de certification, il y a une obligation d'intégrer un système de contrainte institutionnalisé. Pour ceux de l'AOC, ces normes sont liées à une histoire, à une façon de travailler, à une géographie, à un climat ou encore, à un territoire, ce qui exige une recherche approfondie qui entraîne des coûts importants pour les producteurs. Pour ceux qui optent pour le Label rouge ou pour le bio, ce sont des méthodes particulières de travail ou d'élevage qui devront être intégrées de façon scrupuleuse dans les modes de production ; il y aura là aussi des frais supplémentaires liés à ce type de production. On ne saurait donc passer sous silence le fait que la certification « a un coût » qui se ressent à tous les niveaux de la production. Malgré cela, l'un de nos répondants affirme que « les coûts sont raisonnables, franchement, c'est raisonnable. Il y a un coût élevé, mais c'est normal, il y a un suivi, il y a un syndicat qui est dynamique quand même, on est quand même assez protégé¹¹⁰ ».

¹¹⁰ Entrevue Y. Boisvert.

Pour les producteurs, ce coût est amorti par la valeur ajoutée sur le produit qui découle du prix un peu plus élevé que le consommateur accepte de payer, parce qu'il a confiance à un label. Pour l'un de nos répondants, une certification crédible rassure, elle « dit au consommateur que c'est une meilleure qualité, donc il va être prêt à mettre un peu plus de sous ». Ainsi, pour accepter ces contraintes, le producteur mise sur le fait que son rattachement à une certification va engendrer une valeur ajoutée plus importante que les sacrifices généraux et les coûts consentis. L'entrée du produit dans l'univers des appellations marque un moment fort pour l'augmentation de la valeur dudit produit. Cette augmentation du prix est une forme de reconnaissance pour les efforts accomplis afin de garantir aux consommateurs que les qualités promises par le produit ont été balisées, puis contrôlées.

Pour les producteurs labellisés, les fromages Beaufort et Comté sont des exemples parfaits pour illustrer le lien entre la rigueur d'une démarche de qualité et le prix récolté à la vente (et ce, à toutes les étapes de la production) ; l'importante valeur ajoutée globale engendrée par la rigueur de production intégrée par tous les acteurs de la filière est une source d'inspiration pour tous les producteurs qui veulent avoir une production à haute valeur ajoutée. Ces exemples démontrent, selon nos répondants, que les efforts effectués en amont et la rigueur du travail qui se déploie au quotidien rapportent beaucoup. La valeur ajoutée financière des produits haut de gamme fait consensus chez nos répondants. À cet effet, ils rejoignent la position de plusieurs économistes qui affirment qu'il s'agit là de la principale valeur ajoutée découlant des certifications.

Pour nos répondants, un produit certifié est aussi porteur de valeur, d'identité et de savoir-faire. Il s'agit là de la seconde valeur ajoutée pour le producteur, car c'est très valorisant pour un producteur de savoir qu'il fait des produits de qualité qui plaisent à une clientèle de fins gourmets. Comme le dit l'un de nos producteurs d'Espelette, « c'est valorisant de savoir que le produit que l'on met sur le marché a "une belle réputation", voire qu'il a ses "lettres de noblesse" ». Notre répondant poursuit : « Regardez dans le vin, vous avez, dans les grands châteaux, vous avez le vin classé et puis vous avez le vin de table. Et bien là, c'est pareil, on considère que le piment d'Espelette, c'est le grand cru et le piment d'Espelette non accepté, donc qui devient un piment du Pays basque, eh bien c'est le piment de table ».

Ainsi, selon nos répondants, les producteurs prennent plaisir à participer à une action collective qui engendre un produit agroalimentaire qui a une grande notoriété : « Pour sa réussite, parce qu'on est une filière très connue : 150 producteurs. On est connus quasiment dans le monde entier. On a une notoriété qui va bien au-delà de notre taille et

de notre capacité à produire bien évidemment¹¹¹ ». Cette fierté rattachée à la production d'un produit aimé par les consommateurs de partout sur la planète représente une valeur ajoutée trop souvent sous-estimée.

Pour nos répondants, c'est le pouvoir du groupe qui accorde à la filière un pouvoir de communication aussi important permettant de faire connaître le produit partout en Europe et dans le monde. Un répondant nous explique : « Moi, je trouve que c'est le plus important. Parce que vous êtes sur le marché avec un produit qui est reconnu, qui est de qualité, qui donne confiance aux consommateurs et dont on ne peut opposer l'origine, la qualité, le contrôle, la garantie par l'Europe à la concurrence, donc moi, je trouve que ça, c'est très fort¹¹² ». C'est donc cette notoriété qui va donner une visibilité accrue et qui va permettre d'obtenir une reconnaissance internationale pour son produit.

Pour nos répondants, il est beaucoup plus facile de faire face à un concurrent étranger si on a la force du groupe, des syndicats et surtout les pouvoirs de soutien de l'INAO, que si on est seul, livré à nous-même! Sans cette force collective globale institutionnalisée, il serait, selon eux, impossible de faire respecter la spécificité de sa production. L'un des répondants précise : « Si on se trouve en concurrence avec du piment de Chine, on est complètement *out*. Je veux dire, si ce n'est que sur une question de prix, on est *out*. Donc, ce label, il est vraiment bouclier ».

Certains observateurs pourraient se demander si le poids de l'institutionnalisation annonce la disparition de la concurrence entre les producteurs qui font le même type de produit au sein d'une même certification ! Pour nos répondants, c'est un faux problème, car la concurrence demeure présente, mais elle se fait de façon plus civilisée. Cela s'explique par le fait que le concurrent direct est aussi un collègue du syndicat avec qui l'on doit régulièrement s'entendre et collaborer pour que l'action collective reste possible. En parlant des autres producteurs de son appellation, l'un des répondants dit « je ne suis pas là pour les écraser », ce sont « des collègues ! » Plutôt que d'être obsédé par l'idée qu'il doit absolument faire un produit qui élimine celui de son voisin, le producteur fait plutôt face à sa propre valeur en tant que porte-étendard de sa production. Il sait qu'il doit d'abord s'aligner sur la logique générale de la production collective standardisée par le cahier des charges, avant de vouloir s'en démarquer et d'aller plus loin. Un répondant nous dit « qu'il faut que le niveau qualitatif s'élève chez tout le monde. Idéalement, chacun doit chercher à produire le meilleur résultat. Il faut que tout le monde prenne conscience

¹¹¹ Entrevue Y. Boisvert.

¹¹² *Idem*.

que si on fait un bon Irouléguy [vin AOC], on aura une bonne image, mais auprès de tout le monde quoi ».

Le consommateur va donc d'abord rechercher le label qui l'intéresse avant de pencher vers un producteur qui se démarque du lot en matière de goût ou de qualité. Le producteur se démarque en apportant une touche particulière qui distinguera sa signature et sa propre maison, mais à la base il reste inscrit dans la logique de production que lui impose son cahier des charges.

La valeur ajoutée et le consommateur

Lors de ses achats, le consommateur met en évidence ses valeurs et son goût par ses choix d'achats. Le choix d'un produit certifié permet aux consommateurs de s'exprimer, de faire valoir leurs opinions en matière alimentaire, mais aussi en matière de qualité du produit. Le lien qui s'établit entre le consommateur, le producteur et la certification est donc important, puisque l'on demeure dans une logique propre à l'économie de marché. Dans le contexte de consommation actuel, il est de plus en plus compliqué de s'y retrouver face à cette multitude de produits offerts dans les supermarchés.

Pour se démarquer, le producteur doit établir la communication la plus directe avec son client, il doit jouer la carte de la transparence pour que ce dernier se sente interpellé et qu'il achète, à travers son produit, toute une philosophie de production particulière. La certification est un indicateur de confiance pour le consommateur. Elle donne de plus en plus de garanties sur la véracité des informations qu'on lui transmet sur ce qu'il achète afin de le mettre dans son assiette. Il s'agit là de questions très sensibles qui interpellent de plus en plus les consommateurs. La certification représente ainsi une valeur ajoutée pour le consommateur en quête de produits particuliers qui sont conformes à son style de vie et à ses choix personnels. Les certifications permettent aux consommateurs de choisir entre des productions régionales ou locales, entre des aliments issus de l'agriculture biologique ou de qualité supérieure. Ainsi, la certification permet de prioriser l'achat des produits qui nous interpellent grâce à une publicisation de ses caractéristiques prioritaires.

Le consommateur veut des références institutionnelles qui l'aident à se diriger dans son parcours de consommation. Il veut des certifications officielles qui lui donnent des garanties formelles que ses choix d'achats répondent bien à ses attentes et à ses valeurs. Il veut avoir la certitude que des vérifications sérieuses ont été faites, que des contrôles sérieux ont été menés afin que les fraudeurs potentiels aient été écartés. En bref, le consommateur veut acheter en pleine connaissance et en pleine confiance les produits

qui lui conviennent et qui répondent à ce qui a été proposé. Il veut avoir la certitude que le produit qu'il achète est conforme à ce qui a été annoncé.

L'un des responsables d'une coopérative de production de foie gras de canard nous précise : « on utilise deux signes, nous, à la coopérative : le Label rouge et l'IGP. Le Label amène le certificat de qualité supérieure. Donc, on dit au consommateur : ce que vous mangez, c'est supérieur aux produits standards. Voilà la définition du Label rouge. C'est le premier signe officiel qu'on utilise. Le deuxième c'est l'IGP : l'indication géographique. Ce que vous mangez, c'est meilleur, c'est supérieur aux standards et ça vient de tel endroit, en l'occurrence des Landes ». Les signes officiels représentent donc des façons de trouver rapidement le produit que l'on désire. Ils permettent aussi de valoriser un niveau de qualité supérieure ou des particularités de productions, des standards, des valeurs et une éthique personnelle : « [...] le consommateur, il va à la recherche de ça. Le consommateur il est à la recherche de brebis qui transhument. [...] Le consommateur ne peut qu'accrocher avec ça. [...] puisqu'il y a une typicité, les gens viennent chercher ça, et qu'on revient à cette mode de consommer local, manger local et ainsi de suite. Donc, forcément, les gens, qu'est-ce qu'ils cherchent. Ils cherchent aussi les produits qui ont été faits localement ». Le consommateur français recherche certes de la qualité gustative, mais il est aussi en quête de qualité humaine dans la production agricole de l'alimentation. Pour un producteur de jambon Kintoa (en voie de finalisation de sa démarche AOC), ce ne sont pas que des tranches de jambon que le consommateur achète chez lui, c'est un projet de revitalisation d'une région, de renaissance d'une race de cochon : « Aujourd'hui, il y a un attachement sentimental des gens à notre entreprise, les clients. Les clients, parce qu'ils savent les valeurs qu'on diffuse, ils savent que l'entreprise a un impact sur l'économie de la vallée. Ils savent qu'on a développé une race qui est en perte. Ils s'approprient ce [...] en achetant un saucisson, ils font un bon geste pour une campagne reculée, ils font un bon geste pour un cochon appelé à disparaître. Ils s'achètent une bonne conscience ».

Pour les producteurs de produits certifiés, la rencontre directe avec le consommateur est souvent primordiale pour établir le lien de confiance : le consommateur aime et demande cette rencontre directe, il veut voir le lieu de production, il veut entendre le producteur parler de sa démarche de production. Cette quête de transaction directe est souvent partie prenante de la valeur ajoutée que recherche le consommateur adepte des certifications, puisqu'en rencontrant le producteur, il peut établir un lien réel qui est producteur de confiance. En étant en contact direct avec le producteur, le consommateur se sent rassuré, il connaît le producteur, il a goûté au produit, il a vu les animaux, les vignes ou

les plans à la base de la production et il a le sentiment de mieux connaître la qualité des produits qu'il achète.

Le producteur n'a alors pas de marge de manœuvre, ce contact direct est l'ultime dispositif du jeu de la transparence qui oblige l'autorégulation la plus rigoureuse. La vente directe est donc aujourd'hui un outil de marketing incontournable pour les producteurs certifiés.

La valeur ajoutée du territoire

Le lien avec le territoire peut se lire de différentes manières : il peut être plus technique, car il est au cœur des conditions qui vont qualifier ou non les produits pour la certification AOP et IGP ; il peut aussi être culturel et même identitaire.

Ce dernier segment permet de faire la démonstration du lien étroit qu'il y a entre le territoire et son terroir, entre la communauté et un savoir-faire, entre un répertoire et une histoire. L'INAO investit et entraîne les producteurs à sa suite dans ces recherches de sens et de liaison entre l'individu et son terroir, une recherche de sens, d'identitaire et d'imaginaire, nourrie par une histoire et un savoir-faire de haut niveau.

Les méthodes de régulation, la valeur ajoutée ou encore la gouvernance, comme nous l'avons vu plus tôt, sont la preuve du lien que les producteurs et les consommateurs ont développé à l'égard d'un produit certifié. Mais ce lien n'est-il pas, fondamentalement, tiré d'un territoire, d'un terroir ? Sommes-nous sur un lien identitaire exacerbé par une agriculture de proximité, par un lien historique fort, ou par un effet de mode à saveur touristique ou environnementale ?

L'extrait qui suit fait la démonstration de la recherche de lien au terroir, de l'histoire dans la recherche d'un portrait de l'exploitation de cerisiers en territoire basque.

« Le lien au terroir, pourquoi expliquer que les cerises ont bien déjà existé qu'il y a déjà eu des cerisiers dans certaines communes, etc. Donc là, on l'a démarré, en 2014, on a fait un inventaire exhaustif de toutes, on a été voir toutes les exploitations de la commune d'Ixtassou pour compter le nombre d'arbres, l'âge des arbres, les différentes variétés et les intentions des gens et les volumes de production. »

L'existence d'un tel répertoire permet alors de prouver hors de tout doute auprès de l'INAO que la production de cerises en territoire basque a un historique de longue date et qui compte, encore aujourd'hui, des adhérents dans sa pérennité. Grâce à ces preuves fondamentales de lien au territoire et à son historicité, l'INAO met en place avec les producteurs le cahier des charges de production, tout cela pour préserver le terroir et son

histoire, son lien à la communauté, car le lien au terroir, mais également à son histoire, et son lien au savoir-faire de la communauté et de ses gens est la force première d'une appellation pour l'INAO.

Ainsi, les éléments de base doivent être « adaptés à ces terroirs. Et je pense que c'est l'adéquation du terroir, du climat et du cépage local qui fait qu'on arrive à avoir un ensemble cohérent¹¹³ » et une typicité marquée. La notoriété d'un produit est basée sur ce lien au terroir, à sa typicité dont l'histoire fait ressortir les liens identitaires du territoire et de ses communautés environnantes.

Au-delà du produit, un territoire réel, une communauté et une identité

Lorsque l'on pense au fromage du sud de la nouvelle Aquitaine, on pense nécessairement à l'Ossau-Iraty, ce fromage de brebis des montagnes. C'est une belle illustration de ce lien intrinsèque que l'on trouve entre le produit et son territoire : « La brebis c'est l'unique façon d'entretenir certaines zones qui sont beaucoup trop pentues. Elles ne pourraient pas être entretenues autrement. On aurait beaucoup plus de feux de montagne, on aurait plus de broussailles. Si les gens aiment venir au Pays basque, c'est parce qu'ils peuvent se promener à la montagne et parce qu'il y a des brebis qui l'entretiennent tout au long de l'année. Parce qu'il y a des producteurs qui continuent à faire la transhumance et à monter en estive. Donc, c'est une production qui est adaptée au relief et aux contraintes du relief. Et du coup, en étant dans une démarche qualitative, on a... nos handicaps sont devenus des avantages¹¹⁴ ». Ainsi, les producteurs de fromage de brebis ont l'impression de faire plus que du fromage, ils offrent une valeur ajoutée communautaire réelle en entretenant le paysage : « Nous, on travaille avec, on veut entretenir aussi les paysages. Ce n'est pas pour rien qu'on dit que le Pays basque est beau, c'est parce qu'il y a beaucoup de paysans qui les entretiennent¹¹⁵ ». De plus, les producteurs de fromages sont aussi parties prenantes de la présence de ces cochons qui permettront de produire le jambon, car il y a une logique systémique entre la production de fromage qui engendre un petit-lait que l'on doit éliminer et la production de porcs qui utilise ce petit-lait pour nourrir les troupeaux.

C'est justement lorsque ce système de production de qualité se met en place que des territoires ruraux éloignés réussissent à vivre dans la dignité et la prospérité, les Basques

¹¹³ Entrevue Y. Boisvert.

¹¹⁴ *Idem.*

¹¹⁵ *Idem.*

insistent beaucoup sur l'importance qu'il y a d'occuper le territoire et de le faire vivre. Pour eux, la production de qualité permet de faire mieux vivre les petits producteurs qui vivent dans des secteurs difficiles, cela permet « d'avoir pour nous des paysans qui vivent de leur production et qui maîtrisent leur production et qui habitent au Pays basque... Ça participe à la construction, je pense utiliser un grand mot, national basque, identitaire ».

Pour bien démontrer la valeur que le Basque donne au territoire, l'un de nos producteurs nous a déclaré : « Ici, une des choses qu'on m'a dites, la première fois que je suis arrivé il y a plus de 20 ans ici, on m'a dit : "Au Pays basque, la terre ne se vend pas, elle se transmet". Voilà. Donc là, déjà, quand on a dit ça, bien on a dit beaucoup de choses ». Un autre nous a précisé : « les gens, ici, vous ne les appelez pas par leur nom de famille, vous les appelez par leur nom de maison. Donc vous les reliez à leur terre, à leur exploitation ». Il ajouta, « de la même manière que, je ne sais pas si vous avez remarqué au Pays basque, les maisons sont partout belles, repeintes... Donc il y a une vraie volonté et fierté d'avoir une belle maison, d'avoir un beau produit, de proposer des belles choses et des bonnes choses. C'est ancré dans les valeurs intérieures ». L'identité d'un terroir se doit d'être forte pour se tailler une place dans les marchés locaux et internationaux : « C'est un produit du Pays basque, parce que c'est quand même alloué au Pays basque. Et on aime ça. On a une image, bon, on est fier de sa région, comme tout le monde défend sa région. C'est vrai que le piment d'Espelette, on aime bien l'allouer avec le Pays basque, ça c'est certain. On est Basques quand même, on défend ça ». « Bien, disons que le Basque est fier de son identité, donc quand on l'usurpe, cette identité-là, ça ne passe pas. C'est quand même... c'est problématique, quoi, donc ça peut être dangereux. [...] C'est ça, c'est un pays... c'est une région qui vit... alors, il faut que je fasse attention aux mots que je vais prononcer, qui vit un peu en autonomie. [...] Donc il y a une vraie volonté et fierté d'avoir une belle maison, d'avoir un beau produit, de proposer des belles choses et des bonnes choses. C'est ancré dans les valeurs intérieures. [...] il y a beaucoup d'entraide, il y a beaucoup de collectifs, il y a... enfin, c'est, oui, on est sur des valeurs identitaires très fortes encore ».

Marketing du territoire : vendre du rêve, vendre un produit, vendre un terroir !

L'approche spécifique d'une certification territoriale permet à une communauté de s'affirmer sur un territoire donné, de renforcer son identité, mais aussi d'occuper physiquement le territoire en permettant à la communauté d'y vivre dignement et de s'épanouir. La certification n'est certes pas un projet de société en soi, mais elle peut porter l'histoire d'une communauté selon une façon particulière de produire et de se

positionner face à la terre. Cette identité que porte le territoire ne peut avoir du sens, sans la présence d'une communauté d'hommes et de femmes qui se transmettent un précieux savoir-faire à travers le temps.

Le savoir-faire et l'imaginaire qui se rapportent à la certification, sont également un lien fort que le producteur doit entretenir, tant pour la force de son lien au terroir et à l'histoire, mais également dans son approche client qui vient chercher un peu de cet imaginaire dans l'achat d'un produit labellisé. Nous avons retrouvé cette référence à la force de l'imaginaire que des territoires peuvent dégager autant au Pays basque, dans le Béarn que dans les Landes. Cette idée est bien illustrée par l'un de nos répondants : « Plus le produit a été fait sérieusement et qu'il est bon, mieux c'est. Mais en plus, on vend du rêve... Oui, on vend un savoir-faire, on vend une histoire, on vend... on vend, oui, des traditions qui sont vieilles. On vend un tout ». Un de nos producteurs de foie gras des Landes va encore plus loin : « et puis quand on vend un produit, vous le savez bien... On vend de l'imaginaire. On fait appel à l'enfance des personnes, à ce qu'ils voient à la télé, à ce qu'ils imaginent, etc. Donc, quand vous vendez un foie gras du sud-ouest, des Landes, etc. Les gens, ils voient des canards dans la nature, ils voient un petit peu *Le bonheur est dans le pré*, le film de Chatiliez, ils voient des pins, sachant qu'on ne fait pas les canards dans les pins, ils voient la plage »... « On vend les deux. On vend le label et les Landes. On vend les deux. » Un producteur de Jurançon nous glisse, ici « on essaie de rattacher ça sur le côté historique, avec l'histoire de France, Henri IV baptisé au Jurançon, le Béarn, enfin les terres du Béarn, là-bas, c'étaient les terres de Gaston Phébus, donc on essaie de garder ce côté un peu à la fois historique et à la fois terroir, de ce Piémont-Pyrénéen, ces coteaux qui sont les nôtres et la proximité des montagnes, c'est aussi notre image, quoi, donc ça, on le met en avant et on le défend... c'est important, car c'est notre histoire ».

Un producteur d'Iroleguy dira avec fierté, « ici, on vend du vin basque » ! Il est encore plus fier de préciser que cet ancrage leur permet de tout vendre les productions annuelles : nous sommes « toujours en déficit de production tellement la demande est grande ». De son côté, un responsable de l'IGP jambon de Bayonne précise que si cette ville n'est pas le lieu de production, son histoire est liée au commerce et à l'exportation du jambon : « les fêtes du Jambon de Bayonne » rappellent « qu'en fait, ce qu'il faut savoir c'est que l'appellation Bayonne elle est liée au fait qu'une fois par an, les jambons étaient rassemblés à Bayonne pour être exportés. Pendant la semaine de Pâques, c'était comme ça, c'était dans les habitudes... Et à cette occasion-là, il y avait une foire au jambon qui était organisée. Donc, si les jambons étaient vendus sur place, bon voilà ça allait. Il y avait une confrontation offre/demande et sinon, ils partaient en péniche, ils partaient à Paris,

ils partaient en Belgique, ils partaient dans l'Europe entière. Et c'est comme ça que l'appellation Bayonne s'est installée ». Cette référence au lieu de commerce n'est pas exclusive à Bayonne, on a retrouvé cette même logique pour le piment d'Espelette, « la légende pour comprendre pourquoi on appelait ça piment d'Espelette, parce que ça se vendait à Espelette... Mais en fait, le lien au terroir » va plus du côté des communes qui encerclent ce village. Les producteurs de ce piment aiment aussi se bercer dans la légende « Et ça, on a pu établir qu'il y avait un lien avec des graines de piment, de piment (qui ne s'appelait pas Espelette à l'époque) qui remontait à Christophe Colomb qui avait ramené ça d'Amérique du Sud, ramené au Pays basque. Ici, le Pays basque, vous voyez, vous avez pu le voir, tout est vert. Même quand il fait très très chaud... Donc la plante s'est adaptée ici. Et elle a été longtemps cultivée dans les fermes parce que le poivre était cher. Donc, les gens ici qui faisaient cochon, eh... etc., le cochon, les salaisons utilisaient le piment comme conservateur, et puis, eh... c'est notoriété, elle a été totalement locale... Et il y avait un grand marché, eh... aux bestiaux... eh... au maraîcher, etc., etc. à Espelette, au siècle passé, au début du siècle passé, et c'est comme ça qu'on vendait, les paysans amenaient eh... leurs piments à Espelette. C'est comme ça que c'est devenu piment d'Espelette ». Un producteur basque précise « Je mets mon drapeau basque, je mets mon béret. Aujourd'hui, c'est hyper capteur »... « L'imaginaire du Pays basque, aujourd'hui, il est très bon, aujourd'hui, depuis dix ans, quinze ans, il est très bon. Il y a trente ans, au Pays basque, c'était la guerre, hein. C'était l'ETA, c'étaient les attentats, c'était la violence. Donc attention à ça aussi. Ça aussi, vous n'avez pas de prise ».

Au-delà de l'imaginaire, de vraies retombées économiques !

Pour plusieurs responsables des syndicats de production, il est évident que la valeur symbolique de certains produits phares a une incidence sur toute la communauté et donne une visibilité incroyable au territoire. Convaincu que les produits certifiés donnent une plus grande visibilité que les campagnes de promotion des offices du tourisme, un répondant de la filière du jambon de Bayonne précise, « quand on fait des microfilms avec des chefs qui sont sur le pont de Bayonne, tout ça, c'est Bayonne ! Pour les fêtes de Bayonne, nous, on organise trois jours de réception, on fait venir des journalistes étrangers qui ensuite tournent des séquences qu'ils vont passer sur leurs chaînes nationales. On a reçu des Chinois ».

L'impact touristique et économique que peut avoir une certification à l'image forte et attractive engendre une valeur ajoutée de première importance sur la communauté locale, en stimulant notamment l'industrie touristique. Ainsi, plusieurs petites

communautés se développent grâce à la présence d'une AOP sur son territoire. L'impact collatéral de ce sigle territorial de qualité sera tel que le tourisme explosera et des demandes pour certaines nouvelles installations vont stimuler l'économie locale (transport, hébergement, restauration, commerce au détail et l'information). Ce développement ne peut se faire sans la présence sur le territoire de gens prêts à prendre le virage de cette dynamique économique.

La venue de touristes attirés par la réputation du produit d'appellation produit de la richesse dans des régions rurales qui en ont grand besoin. Certains touristes étrangers viennent même visiter de petits villages uniquement parce qu'ils l'ont découvert par le plaisir de la table. Ils viennent à Bayonne après avoir découvert le jambon, à Espelette, parce qu'ils adorent son piment, etc. Pour bien illustrer cela, nous citons ici le cas de la Cave coopérative du Jurançon (vin AOC) qui est la troisième entreprise la plus visitée de France avec 270 000 visiteurs par an. Il s'agit là d'un apport économique gigantesque pour cette petite banlieue de Pau, qui ne compte que 8 000 habitants. Bref, il n'est pas exagéré de dire que les produits labellisés deviennent donc de grands ambassadeurs pour le terroir !

D'autres responsables de certifications ont senti le besoin de demander des études socioéconomiques pour mieux comprendre le marché du label, intégrer les visions du consommateur à certaines de leurs pratiques pour la mise en marché du terroir, mais surtout pour faire la démonstration auprès des élus locaux de la valeur ajoutée économique qui découle de la mise en valeur du territoire : « [...] j'ai lancé l'étude économique, parce que je voulais vis-à-vis de certains maires et certains politiques, montrer que notre appellation, en dix ans, avait été un véritable levier économique... Et en fait, on le savait, bon là ça a été plus chiffré qu'on a été un levier économique pour Espelette, parce que toute la commune s'est développée grâce au piment d'Espelette, parce que tous ces commerçants, mais c'est plus qu'Espelette, c'est... toute l'hôtellerie-restauration met en avant le piment d'Espelette, plus ou moins, mais on le met. Nous, on a travaillé pendant trois ans auprès des... pour rendre actifs tous les restaurateurs de la zone, en leur disant : "écoutez, on vous fournit des petits chevalets pour mettre sur vos tables, des dépliants pour faire de l'animation, mettre en avant le piment d'Espelette". Donc, ça a marché au niveau des hôtels. L'enquête a porté aussi sur l'Office du tourisme départemental ». La restauration et l'hôtellerie bénéficient d'un lien au terroir, au territoire en mettant en valeur un produit phare d'un territoire labellisé. Le label est un porte-étendard, il rapporte à la région d'origine. Mais son effet n'est peut-être pas ce qu'il devrait être auprès des élus. La communauté en a sans doute plus conscience, liée peut-être plus à son identité que les élus ne pourraient le croire. Le soutien est en effet mutuel, tant

les producteurs pour la région que la population des alentours pour le produit : « Et en plus, c'est vrai qu'on a bénéficié d'un soutien de la population. Les Basques étaient fiers que le piment d'Espelette soit là ».

La valeur ajoutée économique de cette référence au territoire symbolique est tellement importante qu'elle a entraîné des abus. Certains gros industriels abusent de l'imaginaire basque, ils veulent utiliser le label basque sans apporter de valeur ajoutée à la communauté : « la piperade. Vous connaissez la piperade ? Ou l'axoa, c'est du sauté de veau. C'est du sauté de veau avec du piment et des oignons. Bon, la piperade : de la tomate, de l'oignon, et du piment. Aujourd'hui, la tomate, elle vient d'Italie ou d'Espagne. L'oignon, il vient de Grèce ou de Hollande. Et le piment, c'est du poivron grec ou turc ». Ce sont des industriels « qui font du produit basque avec des ingrédients ou des matières premières qui ne sont pas basques, qui n'utilisent que l'image, ils se servent de l'image sans contribuer à la richesse, à un moment ils appauvrissent l'image, ils l'appauvrissent. Ils l'exploitent, ils la sucent, ils la vident de son sens ». Pour certains producteurs labellisés, il y a « beaucoup de gens qui usurpent cette image » basque. Pour eux, il ne suffit pas de produire sur le territoire basque pour dire que c'est un produit basque, on produit des produits basques sur le territoire basque à partir de matières premières qui ont poussé sur ce territoire ou qui ont été produites sur ce territoire.

La valeur ajoutée économique et le maintien de la communauté

Une IGP ou une AOP apportent un intérêt accru pour un territoire. Ces certifications favorisent le maintien des jeunes familles sur le territoire, puisqu'il y aura plus d'espoir de gagner correctement sa vie dans ces régions. Elle donne une raison de croire à un redéploiement de la dynamique économique et sociale de certains territoires ruraux menacés par la désertion des jeunes. Les terres agricoles prennent de la valeur et elles trouvent rapidement des acquéreurs prêts à les reprendre à bon prix, elles ne sont plus abandonnées ou dézonées. Pour les acteurs locaux, la présence d'un produit certifié, comme celui d'une AOC, peut signifier une augmentation de la valeur des taxes foncières. Ceci permet aussi aux élus locaux de défendre plus facilement le maintien des écoles, des bureaux de poste et des autres services publics qui permettent de garder une communauté en vie.

L'un de nos répondants résume bien cette valeur ajoutée communautaire en disant « prenons pour exemple le Pays basque [...] une région de France où on a le taux le plus fort en installation. Peut-être que cette richesse-là est évaluée par ces chiffres-là, vous

comprenez¹¹⁶ ». Les villes comme Espelette ou Bayonne qui ont un produit fort, connu mondialement, sont tributaires d'une AOC forte qui s'est établie sur un territoire particulier et sur un savoir-faire unique. À ce niveau, l'exemple du porc Kintoa est fort intéressant : en effet, le porc noir basque de Kintoa était au bord de l'extinction, malgré le fait que la qualité gustative de son jambon était reconnue des plus fins gastronomes. Un entrepreneur local des Aldudes s'est donné comme mission de relancer la race et d'en faire un produit phare pour cet arrière-pays et il a fédéré des producteurs afin d'aligner la relance sur une certification AOP. Cette relance n'avait de sens que si la production créait un produit à haute valeur ajoutée. C'est grâce à cette démarche collective que la race est aujourd'hui sauvée et que les porcs noirs basques occupent le territoire des Aldudes. Pour un répondant, cette certification est non seulement une reconnaissance de prestige pour ce porc et son glorieux jambon, mais c'est la reconnaissance d'un savoir-faire et d'un dynamisme d'une région éloignée qui s'est reprise en main pour éviter le naufrage. D'autres produits que le jambon sont maintenant sous le label commun de Kintoa. Cela démontre en quelque sorte, la force, mais surtout la valeur ajoutée de la présence d'une telle certification dans l'univers de la ruralité : « Pour nous aujourd'hui, dans cette vallée-là, s'il n'y a pas d'agriculteurs, on est morts ! S'il n'y a pas d'agriculteurs, il n'y a pas de main d'œuvre. Il n'y a pas de produits, il n'y a pas de cochons. Même si tous les cochons ne viennent pas de la vallée. C'est un cercle. Soit on s'effondre, soit on se développe. Vous n'avez pas le choix. Vaut mieux amener de la richesse ici, qui crée de la valeur, qui crée de l'emploi qui ancre le paysan ici que de laisser tout filer, quoi !¹¹⁷ ». En résumé, une production de type AOP est une grande richesse pour les communautés rurales qui en bénéficient.

La communauté doit cependant s'impliquer dans la mise en valeur de son produit phare. En général, les communes le comprennent bien puisque plus tôt l'interaction entre le producteur de labels et la communauté se fait avec succès, plus les chances sont grandes de développer un produit phare et de forte incidence. « Oui, d'ailleurs on l'a demandé aussi aux municipalités de nous aider en fonction de leur capacité, de nous aider aussi un peu financièrement pour faire cet inventaire sur leur commune. En mettant en avant le fait que si cette commune-là intégrait un jour le territoire d'une AOP, ça peut aussi amener une plus-value à la commune elle-même [...]. Oui, il faut convaincre, mais c'est pas trop difficile quand même. Parce qu'il y a une fierté du village d'Ixtassou par rapport à sa cerise depuis très longtemps. Il y a une fête de la cerise qui existe depuis plus de 60 ans¹¹⁸. »

¹¹⁶ Entrevue Y. Boisvert.

¹¹⁷ *Idem.*

¹¹⁸ *Idem.*

Plusieurs producteurs ou représentants des syndicats de produits pensent que les maires ou élus locaux sous-estiment souvent la valeur ajoutée réelle des labels et qu'ils devraient s'impliquer davantage.

Aller plus loin dans cette réflexion sur la valeur ajoutée de la certification territoriale pour la communauté nous amène sur la question de l'imaginaire collectif et de l'identitaire. Pour nos répondants, une AOP, c'est plus qu'une marque de commerce, c'est plutôt un facteur, voir un vecteur de fierté pour la communauté. Un de nos répondants précise que la symbiose entre la production locale et la culture basque est quelque chose d'imbriqué et de complexe : « Parce que, nous c'est sûr que, le basque, la langue basque, pour nous c'est très important. Dans le milieu paysan, il est très bien conservé. Moi, je travaille, je sais pas, 60-70 % en basque tout le temps. Ça nous plaît. Et pour nous, le fait d'avoir pour nous des paysans qui vivent de leur production et qui maîtrisent leur production, nombreuse au Pays basque, et qui habitent au Pays basque plutôt qu'une grosse ferme en avoir trois petites. Ça participe à la construction, je pense utiliser un grand mot, national basque, identitaire¹¹⁹ ».

Pour certains de nos répondants, lorsque les consommateurs vont à la ferme ou au marché local pour chercher leurs produits, ils n'achètent pas seulement un produit, ils achètent un coin de pays qu'ils emportent un peu avec eux. Ils se laissent porter par leur imaginaire et ils alignent leur consommation sur les produits de la table qui les alimentent et les font rêver.

En résumé, une certification territoriale, c'est un bien de nature publique : elle est créatrice d'évènements, elle permet de garder vivant le tissu social et elle imprègne toute la culture locale de ses valeurs. C'est également un véhicule pour la visibilité d'un territoire et pour la promotion de son art de vivre. La réputation de la certification territoriale traverse les frontières, transportant avec elle les images fortes qui stimulent l'imaginaire du consommateur gourmet, qui rêve d'aller visiter le terroir qui a vu naître le produit de prédilection.

¹¹⁹ Entrevue Y. Boisvert.

C) DISCUSSION

Cette note de recherche sur les certifications territoriales nous a permis de réfléchir sur la portée pratique de plusieurs notions ou schémas théoriques que nous retrouvons dans différentes disciplines qui se retrouvent dans nos institutions universitaires respectives. Dans cette conclusion, nous allons revisiter les trois univers théoriques qui ont guidé cette recherche : la science politique, le pragmatisme philosophique et le marketing territorial. Dans cette dernière section, nous allons justement tenir 3 discussions théoriques avec nos résultats de recherche que nous venons de présenter afin de démontrer ce que nous pouvons retenir théoriquement de ces résultats.

1- L'approche sociopolitique : de la gouvernance à la corégulation

1.1 La gouvernance

Comme nous l'avons vu avec Torre¹²⁰, la question des labels nous amène à nous interroger sur les « modes d'organisation collective » et sur les questions de « coordination et de structures de gouvernance interne » sous-jacentes à l'institutionnalisation des labels. Cette institutionnalisation est essentielle, car l'un des grands défis des certifications est justement d'organiser « la coopération entre les producteurs » afin de faire travailler ensemble tous les acteurs impliqués dans la filière du produit certifié. Ainsi, la collaboration doit se faire autant entre les producteurs eux-mêmes qu'entre les producteurs et les autres acteurs institutionnels impliqués dans le processus de certification.

Dans la perspective des certifications territoriales, on est donc dans une logique de gouvernance où la coopération et la coordination horizontale des rapports entre les parties prenantes sont centrales. Plusieurs experts¹²¹ pensent que la coopération est justement le principal facteur de succès des AOP et des IGP en Europe. Ainsi¹²², il n'y aurait pas de développement des AOP sans collaboration des acteurs. Il ne faut pas se leurrer, si cette

¹²⁰ Torre, A. (2002). « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. » *Revue d'économie industrielle* **100** (1) : 39-62.

¹²¹ Barjolle, D. and B. Sylvander (2003). « Facteurs de succès des produits d'origine certifiée dans les filières agro-alimentaires en Europe : marché, ressources et institutions. » in *Productions animales*, Paris, Institut national de la recherche agronomique- **16** (4) : 289-294.

¹²² Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." *Journal of Rural Studies* **19**(1): 127-138.

coopération est nécessaire, elle n'est jamais simple à obtenir ; avec la pluralité d'acteurs concernés, la certification repose nécessairement sur une logique de compromis.

Cette vision de la gouvernance qui est sous-jacente à la dynamique d'organisation des filières agroalimentaires qui font les démarches de certification territoriale rejoint directement les définitions théoriques de la gouvernance que l'on retrouve dans les réflexions des politologues ou autres spécialistes des sciences sociales. Sundström et Jacobson¹²³ disent que la gouvernance exige de comprendre la logique des réseaux d'acteurs qui repose sur une dynamique complexe de transaction entre des acteurs de différents horizons sociaux. Comme la gouvernance repose sur une logique polycentrique, elle exige des compromis de la part de toutes les parties prenantes impliquées et de la collaboration pour arriver à faire émerger une cohésion fonctionnelle. De son côté, Paquet précise que « la gouvernance est un processus de coordination et de collaboration en évolution continue »¹²⁴. Pour lui, la gouvernance est pragmatique et « anti-idéologique », car « elle cherche à mettre en place une gouvernance qui marche, des arrangements arrimés aux circonstances, aux noms d'impératifs qui imposent un minimum d'efficacité, d'équité, de résilience et d'innovation »¹²⁵.

Pour Peters¹²⁶, la gouvernance n'est pas un mode de gouvernance simple, car elle repose sur une dynamique complexe qui remet en cause la coordination traditionnelle. Paquet confirme cette interprétation en affirmant que « la gouvernance est enfant de la complexité. Dans un monde où pouvoir, ressources et information sont répartis entre plusieurs mains, chaque agent est inséré dans un enchevêtrement de relations qui définissent le fardeau de sa charge – un fardeau pluriel pour tous ceux qui ont à prendre des décisions »¹²⁷.

Dans cette dynamique de gouvernance sociale, l'État perd sa toute-puissance, même s'il demeure une institution importante qui doit travailler à la coordination des nombreuses transactions qui se multiplient entre une pluralité d'acteurs. L'État est toujours une institution impliquée dans le dialogue social, car il doit faire émerger des ententes régulatrices pour maintenir la cohésion sociale. Son rôle est appelé à se transformer afin d'assumer des fonctions de plus en plus orientées vers la supervision et la coordination

¹²³ Sundström, G. et Jacobson, B, «de gouvernement à gouvernance : le cas de la Suède», In CÔTÉ, L, La gouvernance, frontières, dispositifs et agents, Québec, PUQ, 2011, 15.

¹²⁴ Paquet, G, Gouvernance collaborative, Montréal, Liber, 2011, 21.

¹²⁵ Paquet, G, Gouvernance collaborative, 35.

¹²⁶ Peters, B. Guy, Le service public et la gouvernance : retrouver le centre, In CÔTÉ, L, La gouvernance, frontières, dispositifs et agents, 283-307.

¹²⁷ Paquet, G., Gouvernance, mode d'emploi, Montréal, Liber, 2008, 17.

sociale. Pour Smith *et coll.*¹²⁸, la particularité de la gouvernance des certifications territoriales, c'est qu'elle est cautionnée par l'État, mais elle repose essentiellement sur une gestion privée de l'action collective (les producteurs et leurs représentants). Le mandat de ces acteurs privés est justement de faire vivre et d'assurer la pérennité de ce projet économique au nom de l'intérêt général d'une communauté de producteur. Ainsi, dans une telle logique de gouvernance, l'un des défis de ces acteurs privés est d'apprendre à collaborer avec les institutions étatiques (principalement l'INAO dans le cas des certifications agroalimentaires) pour résoudre conjointement des problèmes sociaux et économiques, pour promouvoir des activités sociales et économiques, ainsi que pour réguler des comportements.

1.2 La subsidiarité

La subsidiarité est un projet qui donne une dimension particulière à la gouvernance, car elle pousse un peu plus loin la logique de décentrement de l'État. Ainsi, la gouvernance reconnaît le « primat ontologique de la société sur l'État »¹²⁹ et ses théoriciens sont convaincus que « les groupes sont capables d'œuvrer efficacement à leurs propres fins »¹³⁰ et qu'ils peuvent assumer pleinement la responsabilité politique de la gestion de leur collectivité. Se référant à Althusius, Millon-Delssol nous dit « le collégium, communauté civile ou association érigent leurs propres statues et sa propre juridiction, à condition de ne pas enfreindre la juridiction publique »¹³¹. Ainsi, les défis de la gouvernance « nous condamnent à expérimenter, à chercher des mécanismes d'incitation susceptibles de faire naître la nouvelle solidarité, une solidarité forte construite sur des liens ténus (...). Cette réinvention passe par le renforcement d'institutions et d'organisations locales »¹³². Ces instances locales « doivent accepter davantage de risques et de responsabilités »¹³³.

En échos à cette vision théorique, Ricard et Rieutort¹³⁴ disent que la labellisation repose sur une dynamique collective qui permet, grâce au processus de reconnaissance officiel, de mobiliser les producteurs. Cette mobilisation engendre une valeur ajoutée

¹²⁸ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., *vin et politique*, Sciences Po les presses, 2007, 177.

¹²⁹ Million-Delssol, C., *L'État subsidiaire*, Paris, PUF, 1992, 10.

¹³⁰ Million-Delssol, 50.

¹³¹ Million-Delssol, 52.

¹³² Paquet, G., *Gouvernance, mode d'emploi*, Montréal, Liber, 2008, 57.

¹³³ Paquet, G., *Gouvernance collaborative*, Montréal, Liber, 2011, 42.

¹³⁴ Ricard, D. et Rieutort, *Les processus récents de valorisation de la qualité et de l'origine des produits agroalimentaires : marques territoriales ou labels L.* in Fournier, M., *Labellisation et mise en marque des territoires*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2014.

communautaire et favorise un développement (économique, social et politique) local dynamique. Cette dynamique permet d'amener les producteurs locaux à vouloir devenir de véritables acteurs autonomes qui se sentent responsables de la gestion de leur activité collective. Ainsi, pour eux, la démarche de certification serait fédératrice, car « elle permet de mettre en commun des ressources pour se doter de nouveaux moyens d'action » et d'organisation politique. Pour Hinnewinkel¹³⁵, c'est en se structurant sur le référent qu'est le terroir, que les filières de gouvernance locale de certification doivent s'appuyer pour stimuler une « démocratie participative et la mobilisation des acteurs locaux ». C'est, selon lui, un aspect prometteur de nouvelle forme de gouvernance publique où personne ne contrôle de façon exclusive la sphère décisionnelle sur cet espace public qu'est le terroir, mais où tous doivent collaborer pour partager le pouvoir qu'ils ont sur ce dernier afin de donner un sens réel à un projet de valorisation collective de cet espace. Pour lui, « le terroir devient le lieu d'une modalité démocratique et donc participative du fonctionnement de notre société. Il est ainsi une alternative sociale aux dynamiques libérales. Il est un projet de société dont l'avenir conditionne celui des produits géographiques ».

Dans la perspective de la subsidiarité, la politique, vue sous l'angle de l'organisation sociale, perd donc de la hauteur puisqu'elle devient une activité principalement pratiquée par des acteurs qui se retrouvent en première ligne de la collectivité qui doit s'organiser. Angles et Minvielle¹³⁶ pensent que la mise en place d'un label territorial a un effet direct sur la gouvernance locale puisque cela engendre « l'émergence de réseaux socioéconomiques qui structurent le territoire, à des collaborations entre les collectivités territoriales et les organisations professionnelles ». Pour Fort, « le lien au territoire atteste d'une proximité spatiale entre les acteurs, et celle-ci est doublée d'une proximité organisationnelle, mais aussi institutionnelle : les acteurs engagés collectivement dans un signe de qualité à gouvernance territoriale se coordonnent à travers des représentations et des règles de fonctionnement communes, fondées d'ailleurs sur les spécificités du territoire, de l'espace géographique et social »¹³⁷.

Pour Millon-Delsol, l'idée de subsidiarité renferme un projet de décentrement de l'État, mais dans ce projet, les institutions étatiques ne disparaissent pas, elles se mettent en

¹³⁵ Hinnewinkel, J. C. (2007). « L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale. » *Méditerranée* (2) : 17-22.

¹³⁶ Angles, S. et Minvielle, P., Les défis et enjeux des AOC viticoles et oéicoles en Provence-Alpes-Côtes d'Azur : l'exemple du département du Var, in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2014.

¹³⁷ Fort, F. (2007). « Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation. » *Économie rurale* (6), 27.

posture de suppléance afin de pallier aux limites et difficultés des acteurs de proximité. L'État et ses institutions n'interviennent que lorsqu'il y a un besoin social et une demande sociale : les institutions de l'État sont là pour aider et supporter les acteurs sociaux. Smith *et coll.*¹³⁸ vont dans ce sens lorsqu'ils parlent de la gouvernance des certifications agroalimentaires, car ils disent que les pouvoirs de l'INAO, de l'État français et même de Bruxelles ne disparaissent pas derrière les responsabilités accrues que l'on octroie aux « instruments communautaires ». Pour eux¹³⁹, on est dans une logique de « division des pouvoirs entre plusieurs paliers de gouvernement (local, régional, national, européen et international) ». On fait plutôt face à une pluralité de parties prenantes qui « sont impliquées dans ce processus à différents niveaux : mondial, régional, national, local » et qui coproduisent « les règles structurantes et un ordre durable dans l'industrie »¹⁴⁰. Dans le projet de certifications, les producteurs reconnaissent l'importance de suivre les règles du jeu que l'INAO avance.

La subsidiarité exige que les acteurs sociaux aient un sens de l'éthique pour assumer leurs responsabilités et pour travailler dans l'intérêt général du collectif. Il ne peut y avoir de culture politique de subsidiarité si les acteurs impliqués ne croient pas à l'importance d'adhérer à une éthique du bien commun qui transcende leurs intérêts propres sans les nier. Dans la logique de la subsidiarité, les activités économiques doivent demeurer des activités sociales qui nécessitent une autorégulation des participants et un respect pour les règles adoptées par les membres du collectif. Dans cette dynamique propre à la subsidiarité, les acteurs de première ligne sont invités à prendre en charge les responsabilités politiques de gestion des affaires de la collectivité dont ils sont membres afin d'éviter de se faire imposer des règles externes : « un manquement de la part des acteurs sociaux à cet égard entraînerait leur remplacement par une instance plus puissante »¹⁴¹.

1.3 La régulation conjointe

Smith *et coll.* décrivent la logique de gouvernance des certifications agroalimentaires comme un « gouvernement des industries » qui doivent faire émerger un processus

¹³⁸ Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet, « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? ». La gouvernance des terroirs du vin, (2009).

¹³⁹ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., *Vin et politique*, Paris, Science Po Les Presses, 2007, 44.

¹⁴⁰ Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet (2009). « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? ». La gouvernance des terroirs du vin.

¹⁴¹ Million-Delssol, 59.

d'institutionnalisation des règles et des normes autour des projets de certification. Pour eux, ces dispositifs institutionnels de la gouvernance de ces labels doivent « rendre visibles les règles communes » et faire ensuite le nécessaire pour que ces règles soient connues, reconnues, appliquées et respectées. Comme le dit Jean-Daniel Reynaud : « une règle est un principe organisateur. Elle peut prendre la forme d'une injonction, ou d'une interdiction visant à déterminer strictement un comportement. Mais elle est plus souvent un guide d'action, un étalon qui permet de porter un jugement, un modèle qui oriente l'action »¹⁴². C'est parce que la transgression face à la règle fait partie de la réalité de la régulation que des mécanismes de contrôle social seront déployés. Pour Reynaud, « on peut appeler contrôle social cette part de l'activité de la société qui consiste à assurer le maintien des règles et à lutter contre la déviance, que ce soit par le moyen des appareils institutionnels ou par la pression diffuse qu'exercent la réprobation ou les sanctions spontanées qu'elle provoque »¹⁴³.

À partir du moment où ils se regroupent pour entreprendre une action collective (préparation d'une démarche de certification territoriale) et en prenant en charge une grosse partie du travail régulateur (développement du cahier des charges et volonté d'en gérer l'application), les producteurs agricoles se constituent en véritables acteurs sociaux, car ils prennent en charge leur autonomie et leurs responsabilités. Reynaud dirait que cette réflexion sur le lien entre action collective et régulation rejoint la pensée de Olsen, pour qui « l'action collective a pour condition une régulation commune »¹⁴⁴. Reynaud précise que pour former une véritable communauté, un groupe doit nécessairement accepter de s'entendre autour d'une régulation commune¹⁴⁵.

Parguel et Compagnone¹⁴⁶ croient qu'il est fondamental que les producteurs aient une vision commune des règles de base qui doivent régir le travail effectué sous label, qu'ils définissent ces normes et qu'ils les institutionnalisent. Pour ces auteurs, ce travail de réflexion et de collaboration va donner beaucoup plus qu'un simple cahier des charges, il va donner tout un « sens » fort à la construction de la régulation. Cela doit mobiliser les membres pour qu'ils s'engagent pleinement dans ce travail collectif de production normative ; plus il y aura de mobilisation et d'engagements, plus les membres s'approprient ces règles. Pour Charlier¹⁴⁷, tout semble se jouer sur la rigueur de la

¹⁴² Reynaud, J-D, Les règles du jeu, Paris, Armand Colin, 2004, XVI.

¹⁴³ Reynaud, J-D, 19.

¹⁴⁴ Reynaud, J-D, 75.

¹⁴⁵ Reynaud, J-D, 83.

¹⁴⁶ Parguel, P. and C. Compagnone (2007). « Un dispositif d'appui aux agriculteurs pour l'élaboration de règles de production d'AOC. » *Économie rurale* **302** (6) : 10-22.

¹⁴⁷ Charlier, C. (2007). « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC. » *Économie rurale* (3), p. 74.

préparation du cahier des charges, car c'est la « pierre angulaire » des AOP et des IG. Laporte¹⁴⁸ croit aussi que ce qui caractérise une certification territoriale, c'est le cadre réglementaire qui délimite de façon stricte la zone de production et qui balise toute une série de modalités de production qui s'imposeront aux membres producteurs.

La logique régulatrice des certifications territoriales s'aligne donc sur une perspective de « régulation conjointe » où l'on accepte de négocier entre producteurs pour faire émerger un cadre commun qui respectera l'esprit de la convention de l'INAO. Cet accord négocié dans l'esprit général de la convention engendre une nécessaire coordination des comportements. Smith *et coll.*¹⁴⁹ précisent que l'on est dans une logique particulière où le processus de régulation sous-jacent à la certification « est le fruit d'une coproduction associant les représentants socioprofessionnels et leurs homologues des pouvoirs publics ».

Pour Trognon et Delahaye¹⁵⁰, il importe qu'en matière de régulation, « une partie est autocontrôlée par les opérateurs et l'organisme de défense et de gestion du label, une autre est assurée par l'organisme certificateur. Un organisme tiers indépendant, impartial et compétent, est chargé de contrôler et de certifier ce type de produit par délégation de puissance publique des ministères concernés ». Grenard¹⁵¹ pense que c'est justement parce que le contrôle de conformité aux règles est effectué par un tiers surveillant que cela donne une crédibilité à la certification. Il précise que « la certification est une procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service est conforme à des exigences spécifiées. La certification fait intervenir systématiquement un organisme tiers et indépendant, distinct du fournisseur et du client, elle ajoute ainsi une confiance retirée des résultats d'essai et de contrôle ». On comprend mieux ici pourquoi l'INAO exige que chaque syndicat de production choisisse, parmi des organismes qu'elle a elle-même certifiés, la firme d'audit externe qui aura la responsabilité de contrôler la conformité. Les syndicats ne contestent pas cette exigence, car ils savent bien que cette étape de vérification est au cœur de la relation de confiance qui s'établit entre le consommateur et leurs produits.

¹⁴⁸Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'Origine Contrôlée : une solution efficace pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » INRA-ESESAD working paper(5).

¹⁴⁹ Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., Vin et politique, Paris, Science Po Les Presses, 2007, 88.

¹⁵⁰ Trognon et Delahaye, Le Label ÉcoQuartier : entre marketing et projet de territoire. Une lecture au prisme de la labellisation de produit, in Fournier, M., Labellisation et mise en marque des territoires, Clermont-Ferrand, Presses Universitaire Blaise Pascal, 2014, 92.

¹⁵¹ Grenard, A. (1996). « Normalisation, certification : quelques éléments de définition. » Revue d'économie industrielle 75 (1), p 53.

2- L'approche du pragmatisme philosophique : Une gouvernance axée sur la capacitation et la participation des producteurs

Les résultats de notre recherche mettent en lumière le fait que les démarches de certifications territoriales que nous avons étudiées constituent d'intéressantes *expériences de gouvernance*. Nous pouvons en effet les qualifier d'*expériences* dans la mesure où on a pu constater qu'elles ont pris forme face à un problème ressenti et vécu en commun par un ensemble d'acteurs, et que ces acteurs – principalement des producteurs du terroir – ont conséquemment activement participé à l'élaboration et à la mise en place de solutions à ce problème bien concret auquel ils étaient ensemble confrontés. Elles concernent par ailleurs la *gouvernance*, puisque ces solutions ont impulsé d'importantes reconfigurations des façons d'organiser et de réguler leurs activités de production.

Mais à travers ces reconfigurations, à quelle *forme concrète* de gouvernance ces expériences ont-elles donné lieu ? En effet, si la notion de gouvernance est aujourd'hui largement utilisée, elle peut prendre des formes multiples, qui auront des visées fort différentes. De même, chaque modèle de gouvernance suppose une distribution et une dynamique de pouvoirs particulières, qu'il est important de mettre en lumière afin de bien en comprendre les implications concrètes, tant pour les acteurs impliqués qu'en matière de type de société qu'elles contribuent à forger. Dans ce qui suit, nous nous attarderons par conséquent à mettre en lumière les **reconfigurations des dynamiques de pouvoir** au sein des réseaux de production, qui ont été impulsées par l'adoption des systèmes de certifications et de labels que nous avons étudiés, telles qu'elles se sont révélées à travers notre enquête empirique. Ces observations et les conséquences de ces reconfigurations nous permettront d'illustrer dans quelle mesure cette **forme concrète de gouvernance** s'avère axée sur la capacitation et la participation des producteurs.

2.1 Quelle reconfiguration des pouvoirs au sein des réseaux de production du terroir français?

Le pouvoir est généralement envisagé en matière de rapports, au sein desquels certains acteurs détiennent du pouvoir et d'autres en sont dépourvus. Une telle perspective du pouvoir en termes de ressource qui est détenue ou non, donc comme une propriété fixe, ne nous semble toutefois pas apte à rendre compte de la complexité et des nuances qui caractérisent l'évolution des dynamiques de pouvoirs que nous avons observée à travers

notre étude empirique de systèmes de certification et de labellisation français. Conséquemment, nous mobiliserons plutôt une perspective transactionnelle du pouvoir (Hildreth, 2009; Ansell, 2011; Wolfe, 2012; Selg, 2016), inspirée de la philosophie politique pragmatiste de John Dewey (2004 [1920]; 1991 [1927]; 1988 [1939]; 1949) et des travaux de Mary Parker Follet (1998 [1918]; 2013 [1924]), puisque celle-ci nous permettra de mieux saisir la fluidité, la plasticité et l'interdépendance étroite des interactions de pouvoirs entre les différents acteurs impliqués dans les réseaux de production étudiés. Schématiquement, on peut résumer cette perspective par le fait qu'elle admet une pluralité de pouvoirs – que nous appellerons « pouvoir de », « pouvoir sur » et « pouvoir avec » (Marchildon, 2017) – et qu'elle implique que l'exercice de ces pouvoirs n'est pas donné d'avance, mais dépend plutôt des situations et des « transactions » entre les acteurs qui s'y déroulent.

2.2 Le problème : des pouvoirs *sur* écrasants

Nos entrevues avec de nombreux acteurs impliqués dans des systèmes de certification et labels du terroir français ont révélé que si ces systèmes se sont mis en place et se sont ensuite multipliés, c'est qu'ils répondaient, comme nous l'avons mentionné plus haut, à un problème ressenti et vécu en commun par ces acteurs. En effet, plusieurs acteurs rencontrés nous ont expliqué que l'avènement de la concurrence mondiale dans les années 1980 et 1990 a eu un effet bulldozer sur les produits et industries du terroir français. Selon eux, la concurrence internationale, notamment en provenance de Chine, a entraîné l'arrivée de joueurs gigantesques ainsi qu'une pression à la baisse sur les prix telle que les consommateurs ont rapidement délaissé les produits du terroir, soudainement devenus trop chers et que les producteurs du terroir qui ont tenu le coup ont dû revoir à la baisse leurs prix, et ce, sans égard à leurs coûts réels de production qui, eux, ne diminuaient pas.

Cette observation permet de mettre en lumière le fait que la raison d'être des labels et certifications s'ancre à sa base même dans un problème de pouvoir. En effet, dans la foulée d'une néolibéralisation de la gouvernance économique, si les pouvoirs exercés par l'État *sur* les producteurs et entreprises agroalimentaires deviennent sujets à certains assouplissements, en revanche, les pouvoirs exercés par les grands groupes de l'industrie sur le marché de l'agroalimentaire dans son ensemble et pour les petits producteurs du terroir en particulier sont devenus écrasants. Les propos des acteurs rencontrés témoignent du fait que les petits producteurs du terroir ont hautement souffert des effets d'une gouvernance économique de type néolibéral, d'ailleurs souvent pointée

du doigt en raison des injustices et inégalités marquées qu'elle engendre. Dans le cas qui nous intéresse ici, les acteurs rencontrés ont exprimé que cela s'est traduit par une dévalorisation du terroir et des petits producteurs, qui à son tour a mené à l'appauvrissement des artisans et de leurs régions, voire à leur désertion.

De plus, et bien que les acteurs rencontrés ne l'aient pas explicitement nommé, on peut aisément penser qu'une telle situation de pouvoirs *sur* disproportionnés puisse aussi avoir des répercussions encore plus profondes ou plus larges, qui se traduiraient en perte de pouvoir social et politique pour les producteurs du terroir. En effet, les contextes d'oligarchie économique, en accentuant les inégalités entre citoyens, consommateurs, petits producteurs et entreprises d'une part, et les firmes multinationales de taille gigantesque d'autre part, mettent en place les conditions idéales pour l'avènement d'une « éclipse du public », c'est-à-dire d'une perte de la capacité des citoyens à agir comme moteur de l'action politique (Pereira, 2007). Ainsi, pour les penseurs, comme Dewey, pour lesquels la démocratie est le souci premier, de telles conditions y sont une menace directe, dans la mesure où elles centralisent les mécanismes de prise de décision et réduisent de façon significative les lieux et possibilités d'échange, au profit de logiques hiérarchiques et économiques. En neutralisant ainsi le débat et la délibération, ces conditions découragent la participation des acteurs de petite taille, qu'il s'agisse de petites entreprises, d'artisans, de producteurs locaux ou de citoyens, avec pour effet probable une atomisation et une désolidarisation des acteurs, de même qu'une relative déconnexion des décisions économiques avec les réalités sociales et territoriales.

Pour reprendre les termes de notre cadre d'analyse, on peut ainsi résumer en disant qu'en étant soumis à d'importants pouvoirs économiques exercés sur eux, les producteurs du terroir ont subi une perte de pouvoirs importante. Cette perte de pouvoirs ne s'exprime par ailleurs pas qu'en termes économiques, mais aussi plus fondamentalement comme une perte de pouvoirs d'action (que nous appellerons aussi « pouvoirs *de* »), qui peuvent prendre une forme pratique autant que sociale ou politique.

2.3 La visée: redonner des pouvoirs *de* aux producteurs du terroir

Devant une perte de pouvoir aussi marquée, on comprend aisément qu'il soit devenu impératif pour les producteurs du terroir de trouver une façon de reprendre leur pouvoir d'action, et ainsi regagner en pouvoir économique et politique. Pour ce faire, la voie du renversement des rapports de pouvoir *sur* était exclue, par manque de pouvoir des acteurs affectés face aux firmes transnationales dominant le marché, mais peut-être aussi

parce qu'il s'agissait là d'une forme de gouvernance, voire d'un modèle de société qu'ils ne souhaitent pas reproduire. Pour permettre aux producteurs de retrouver un certain pouvoir d'action et ainsi favoriser leur capacitation, il fallait donc réussir à changer la dynamique de pouvoirs afin d'atteindre une plus grande égalité dans les interactions entre les acteurs, et ce, par le biais de solutions créatives, diraient Dewey ou Follett.

C'est pour répondre à ce problème qu'ont émergé plusieurs labels agroalimentaires en France, alors que d'autres, déjà existants, ont vu leur nombre d'adhérents augmenter de façon significative. Les propos des acteurs rencontrés dans le cadre de notre étude empirique expriment on ne peut plus clairement que leur inscription dans un système de certification agroalimentaire leur a permis de composer, voire de survivre à la nouvelle réalité économique de l'arrivée sur leurs marchés de compétiteurs de taille gigantesque :

« Si on se trouve en concurrence avec du piment de Chine, on est complètement *out*. Je veux dire, si ce n'est que sur une question de prix, on est *out*. Donc, ce label, il est vraiment bouclier ».

Tel est le cas, nous ont-ils par ailleurs précisé, parce que sur le plan commercial, le fait d'arborer ces certifications leur a permis de bénéficier d'une nouvelle notoriété et ainsi de se démarquer des produits de la grande distribution à prix moindre en mettant en relief les caractéristiques distinctives et la qualité supérieure de leurs produits. Pour les acteurs rencontrés, cette notoriété leur confère un pouvoir important, comme l'illustrent les propos de ce producteur :

« Moi, je trouve que c'est le plus important. Parce que vous êtes sur le marché avec un produit qui est reconnu, qui est de qualité, qui donne confiance aux consommateurs et dont on ne peut opposer l'origine, la qualité, le contrôle, la garantie par l'Europe à la concurrence, donc moi, je trouve que ça, c'est très fort »

Il est donc clair, à la lumière de nos résultats de recherche, que la mise en place et l'adhésion à un (ou, dans certains cas, plusieurs) système de certification a eu l'effet escompté de redonner aux producteurs du terroir des pouvoirs d'action qui leur avaient largement échappé. Cela leur a permis de reprendre une participation aux marchés économiques auxquels ils avaient de moins en moins accès et aux réseaux d'interactions sociales et politiques y étant rattachés, mais cette fois avec un effet « capacitant » supplémentaire, dans la mesure où ils y participaient maintenant en tant que membres d'un collectif plutôt qu'à titre de producteurs isolés. Comme nous le verrons dans la prochaine sous-section, cette dernière donnée est importante, puisque dans la logique

transactionnelle qui est celle que nous avons ici adoptée, le ou les pouvoirs ne peuvent jamais être considérés comme étant acquis. Ils sont plutôt le fruit de relations, d'interactions et de trans-actions, qui peuvent à chaque fois leur permettre d'être exercés...ou non. Dans le présent cas, si des évidences de pouvoirs *de* en faveur des producteurs ont été observées, il va aussi de soi que ceux-ci pourraient ne pas s'exercer si le système social et économique dans lesquels ils évoluent et les situations et interactions qui y ont lieu ne le leur permettraient pas. Ainsi, dans la mesure où nous nous intéressons à la capacitation des producteurs, il ne faudra pas seulement nous attarder aux évidences d'exercice de leurs pouvoirs *de*, mais aussi aux conditions en place pour permettre – ou entraver – cet exercice. Nous en considérerons deux dans ce qui suit : la présence de pouvoirs *avec*, ainsi que le recours modéré et raisonné aux pouvoirs *sur*.

2.4 La solution : exercer des pouvoirs avec

Nous venons de le voir, les systèmes de certification se sont avérés, aux dires des premiers concernés, des solutions relativement efficaces pour contrer la perte de pouvoirs des producteurs du terroir, permettant ainsi une forme de capacitation. Mais à ce résultat ne se limite pas l'intérêt de ces démarches, qui se révèlent aussi dans leur dimension collective, élément central ressortant de nos résultats de recherche. Comme l'exprime bien cet acteur, avec les systèmes de certifications et de labels : « on est dans une démarche collective. La démarche d'AOC ce n'est pas une entreprise qui la porte, c'est une filière, c'est une association des producteurs ». Selon les acteurs rencontrés, une telle démarche collective nécessite par conséquent une « adhésion forte » des membres de la filière de production et de transformation. Comme nous l'avons déjà souligné, nos résultats démontrent à cet égard que les producteurs et les membres de chaque filière croient à la démarche et font preuve d'une grande adhésion à une structure commune, à un projet commun. De plus, ils semblent partager une identité collective forte ainsi qu'une culture du travail qui respecte des règles établies par le groupe.

Cette dimension collective des démarches de certification est intéressante à deux égards. D'abord, et comme nous l'avons déjà fait remarquer, parce qu'elle se distingue clairement par rapport à la « philosophie économique contemporaine qui carbure à la valorisation de l'entrepreneur autonome ». On retrouve en effet dans les systèmes de certifications territoriales/agroalimentaires une dimension plus humaine, plus coopérative, qui crée des liens entre les acteurs, leur donnant ainsi une valeur ajoutée quant aux initiatives plus strictement commerciales, qui tendent à être plus individualistes.

Ensuite et surtout, cette dimension collective s'avère intéressante et importante en ce qu'elle se révèle être une condition essentielle pour permettre la capacitation des producteurs qui, comme nous l'avons vu précédemment, constitue une des principales clés de résolution de la problématique de la production agroalimentaire territoriale. Or, si ces démarches collectives ont cet effet capacitant, c'est qu'elles offrent à leurs membres une expérience démocratique et participative au sens entendu d'abord par Follet (1998 [1918]), puis par Zask (2011). À près d'un siècle d'écart, ces deux auteures démontrent en effet que si la « vie de groupe » et la participation à des initiatives collectives sont essentielles au développement des individus et de la démocratie, elles doivent toutefois pour ce faire rencontrer des critères très précis et exigeants, à défaut de quoi l'expérience se révélera soit étouffante pour les individus, soit, à l'opposé, vide de sens.

Pour Zask, qui a consacré un ouvrage entier à la question de la participation démocratique, pour qu'une expérience collective ait cet effet capacitant et constructif tant pour les individus que pour le groupe, ceux-ci doivent d'abord pouvoir réellement prendre part (participer) à l'initiative collective. En ce sens, le fait que les démarches de certification sont de nature libre et volontaire fait en sorte qu'en choisissant d'y adhérer, les producteurs et autres acteurs de la filière ne se limitent pas à « faire partie » d'un collectif par obligation ou par pur intérêt, mais qu'ils s'engagent plutôt à y prendre activement part, pour le plaisir de travailler ensemble et de développer des liens de confiance et de collégialité. Dans cette logique, le concurrent direct devient un collègue (du syndicat, de la coopérative ou de l'appellation) avec lequel « le producteur doit régulièrement s'entendre et collaborer pour que l'action collective qui donne la valeur ajoutée initiale au produit labellisé reste possible. D'ailleurs, en parlant des autres producteurs de son appellation, l'un des répondants précisait : « je ne suis pas là pour les écraser », ce sont « des collègues ! » À travers la participation volontaire à une démarche de certification, les producteurs s'engagent et prennent ainsi part à des initiatives qui semblent de prime abord de nature économique, mais qui se révèlent en fait des réseaux d'interactions sociales et politiques. Et ces expériences collectives se démarquent à la fois d'une logique tribale où l'individu est soumis à la volonté d'un « groupe » qui le dépasse et d'une logique de concurrence féroce entre les acteurs individuels, pour plutôt s'inscrire dans un esprit de collégialité et de concurrence civilisée et constructive en vue d'un objectif défini en commun.

Toujours selon Zask, pour qu'une expérience collective ait l'effet capacitant et constructif que l'on recherche ici à travers les démarches de certifications, les membres doivent ensuite apporter une part personnelle à l'initiative collective. Il ne s'agit donc pas seulement de participer au collectif, au sens discuté précédemment, mais les membres

d'un système de certification doivent aussi y contribuer de façon significative et pertinente. À cet effet, nous avons déjà mentionné que nos résultats démontrent qu'il y a chez les acteurs rencontrés un consensus clair voulant que la participation directe des producteurs à l'animation des labels soit essentielle à la force même de cette démarche. Une de ces implications essentielles concerne la mise en place et la révision régulière des cahiers des charges, qui constituent les règles au cœur même de tout projet collectif de certification. Par ailleurs, nous avons aussi souligné qu'il ressort clairement de nos résultats que plus les producteurs collaborent à la production de ces normes, plus ils y adhèrent avec conviction.

Au sein des groupes certifiés ou labellisés, nos résultats démontrent que la contribution de chacun est ainsi fortement encouragée et reconnue. Cela dit, les acteurs rencontrés admettent du même souffle « qu'il est difficile de faire participer activement les producteurs aux composantes décisionnelles » : « on n'a pas que des paysans-moteurs, aujourd'hui pour renouveler les administrateurs, ce n'est pas facile ». À leur avis, un nombre insuffisant de producteurs s'impliquent directement dans la gouvernance de leurs labels, les producteurs étant souvent trop surchargés par leur travail pour assumer ces responsabilités, qu'ils reconnaissent pourtant comme étant très importantes. Ainsi, même si les conditions semblent bien en place pour permettre, voire encourager les contributions de chacun au sein des systèmes de certification étudiés ici, leurs membres souhaiteraient que celles-ci soient néanmoins plus nombreuses. Ce fait laisse donc penser que ces conditions pourraient encore être renforcées.

Il n'en demeure pas moins que les certifications agroalimentaires ont définitivement contribué à renforcer la « vie de groupe » au sein de plusieurs industries du terroir. Elles ont en effet permis, dans certains cas, de reconnaître des associations (démocratiques) de producteurs qui existaient déjà, des coopératives notamment. Dans d'autres cas, elles ont impulsé la création de nouveaux groupes, à travers la création de syndicats de producteurs. Tant Zask que Follet insistent sur l'importance de la diversité et de la pluralité des contributions aux initiatives collectives et à la « vie de groupe ». L'« unité, et non l'uniformité, doit être notre objectif. Nous atteignons l'unité seulement à travers la variété. Les différences doivent être intégrées, et non pas annihilées ni absorbées » (Follet, 1998 [1918], p. 39). On peut penser que c'est justement ce que permettent les labels, par le fait que ceux-ci regroupent différents producteurs, mais aussi d'autres acteurs de la filière, voire du territoire. Ils se distinguent ainsi à la fois des groupes fondés sur une identité héritée – la famille, l'ethnie ou la langue par exemple – et donc axée sur les ressemblances plutôt que la diversité, mais aussi d'autres regroupements de type professionnel, fondés sur une uniformité d'intérêts, de par leur diversité de représentation

du travail et du capital. Ils constituent par conséquent ce que Follett appelle des groupes « occupationnels », mais qui sont aussi croisés avec les groupes de « voisinage », dans la mesure où leur filière est étroitement liée à une zone géographique délimitée, suscitant ainsi une appartenance des producteurs à leur territoire et leur communauté, tout autant qu'une implication par la communauté dans la production du terroir. Pour Follett, une telle combinaison s'avère idéale, puisque tant les associations de voisinage que les groupes occupationnels sont nécessaires afin que les besoins et intérêts les plus fondamentaux et immédiats des individus puissent être exprimés et doivent par conséquent être représentés auprès de l'État (Follett, 1998 [1918], p. 320-321).

En suivant la logique de Zask jusqu'au bout, une participation à l'initiative collective au plein sens du terme implique finalement que les individus qui participent et contribuent au groupe puissent aussi recevoir une part, dans le sens de bénéficier d'opportunités qui leur permettront d'être heureux et de développer leurs activités (Zask, 2011, p. 13). C'est ce que nous avons jusqu'ici tenté de dégager, en démontrant que les initiatives de certifications agroalimentaires/territoriales étudiées offrent à leurs membres individuels les conditions nécessaires au développement de leurs activités par la réappropriation de leur pouvoir *d'agir*, de façon à leur permettre de contribuer pleinement. Il resterait cependant à voir si, à travers ces expériences de capacitation, les acteurs considèrent que cette contribution est suffisamment reconnue et valorisée. Mais une chose est claire, ceux-ci considèrent qu'ils retirent des bénéfices significatifs de cette association par un label ou une certification, comme le traduisent notamment ces citations de producteurs rencontrés :

« Mon client me prend parce que j'ai l'AOP, si je n'ai pas l'AOP, il ne me prend pas ».

« Pour sa réussite, parce qu'on est une filière très connue : 150 producteurs. On est connus quasiment dans le monde entier. On a une notoriété qui va bien au-delà de notre taille et de notre capacité à produire bien évidemment ».

Il ressort ainsi des propos des acteurs rencontrés qu'ils se sentent fortement valorisés par le fait d'offrir des produits qui sont non seulement de qualité, mais qui sont aussi porteurs de valeur, d'identité et de savoir-faire, et ce, grâce à leur label respectif.

Bref, à travers leur dimension collective, la gouvernance des démarches de certifications agroalimentaires territoriales que nous avons étudiées semble définitivement caractérisée par la participation et la contribution active des différents acteurs qui composent ces labels

qui, en retour, en bénéficient. Ce faisant, c'est une forme de pouvoir qui se distingue de l'habituel pouvoir qui s'exerce unilatéralement *sur* les acteurs qui se met à l'œuvre, pour plutôt prendre la forme d'un pouvoir en commun et partagé, que Mary Parker Follett a, avec justesse, nommé « pouvoir avec » (2013 [1924], p. 179-194). Le pouvoir *avec* s'exerce ainsi dans la collaboration entre acteurs égaux, ce que Follet appelle la « coaction ». En s'exerçant, le pouvoir *avec* n'annihile pas le pouvoir *d'agir* des acteurs individuels comme tend à le faire le pouvoir *sur* – bien au contraire, il le permet, l'encourage et en est le catalyseur. Pour Follet, le pouvoir *avec* constitue ainsi le seul type de pouvoir permettant « l'intégration créative » des besoins et intérêts de chacun, ce qui l'amène à affirmer que c'est le seul pouvoir qui peut être considéré comme véritable et légitime (Follett, 2013 [1924], p. 187).

2.5 Recourir à des pouvoirs *sur* justes et « capacitants »

En favorisant la participation active des acteurs concernés, la gouvernance des certifications et labels étudiés s'avère ainsi caractérisée par une logique de partage des pouvoirs (pouvoirs *avec*), qui permet en retour la capacitation (augmentation des pouvoirs *de*) de ces acteurs individuels. Cela dit, cette prépondérance de pouvoirs *avec* au sein de ces démarches n'élimine tout de même pas l'exercice de pouvoirs *sur*, qui sont inhérents à toute logique de certification. En effet, afin d'exister, tout système de label doit s'appuyer sur un certain nombre de contrôles et vérifications externes essentiels à l'établissement de leur légitimité et leur crédibilité : pas de contrôle, pas de certification.

Les certifications et labels étudiés ne font pas exception à cette règle, comme nos résultats nous permettent de le constater. Dans le cas qui nous intéresse ici, l'INAO constitue l'acteur institutionnel assurant le contrôle ultime sur les standards. En jouant un rôle de régulateur, l'INAO exerce ainsi d'importants pouvoirs *sur* les producteurs et autres membres des labels, à travers ses fonctions de conseil, d'encadrement, de régulation et de surveillance des fraudes ». Les contrôles exercés par l'INAO sont ainsi vus par les producteurs rencontrés comme très stricts : « Vous avez l'INAO qui arrive et eux, ils ne rigolent pas. Eux, c'est du sérieux, ils ne sont pas là pour faire dans la dentelle. Et c'est normal, parce qu'on a un produit de qualité ». Certains des acteurs rencontrés considèrent par ailleurs que le pouvoir exercé par l'INAO est à tendance bureaucratique, ce qui engendre certaines lourdeurs et des délais, comme « l'interminable longueur du processus de labellisation ». Ainsi, pour l'un de nos répondants, lorsqu'on travaille avec l'INAO, on doit accepter que « tout soit lent [...] ça fonctionne au rythme des fonctionnaires ».

Mais les pouvoirs exercés *sur* les membres d'un label ne se limitent pas aux pouvoirs exercés par l'INAO. Des organismes tiers assurent la vérification de l'application des cahiers des charges par les membres certifiés. Aux yeux des acteurs rencontrés, ces contrôles sont aussi très stricts : « ils viennent nous regarder, on ne peut pas faire n'importe quoi par rapport à la production que l'on a... Et on ne peut pas tricher ». Les syndicats et coopératives de producteurs exercent eux aussi des pouvoirs significatifs *sur* leurs membres individuels, à travers des contrôles techniques pendant la production et des contrôles de qualité des produits finaux, mais aussi à travers un travail de régulation afin d'assurer le respect de l'entente de production et des règles édictées dans le cahier des charges par chacun des membres. Le cahier des charges lui-même exerce un contrôle non négligeable sur les membres, puisqu'il établit les règles du jeu qui orientent toutes leurs pratiques à partir du moment où ils choisissent d'adhérer. Les propos des acteurs rencontrés permettent de voir que les membres exercent aussi entre eux des pouvoirs *sur* les uns et les autres, en observant leurs pratiques respectives et en se rappelant amicalement à l'ordre au besoin, pratiquant ainsi une forme d'autocontrôle pour assurer le respect des règles qu'ils se sont données collectivement et qui assurent la crédibilité de leur label.

Or, même lorsqu'ils émettent certaines critiques à l'égard de ces pouvoirs qui s'exercent *sur* eux, les acteurs rencontrés n'en contestent aucunement l'utilité ou la légitimité. Au contraire, il ressort clairement de nos rencontres avec les acteurs sur le terrain que ceux-ci considèrent ces pouvoirs comme importants, dans la mesure où ils engendrent des retombées positives, comme le laissent voir les propos de ces deux acteurs :

« Les contrôles... ça évite toute tricherie, mais c'est bien ! Il faut qu'il y en ait ».

« On n'a rien sans rien. La confiance du consommateur, le crédit d'un signe officiel comme le Label rouge passe par le contrôle. Le contrôle d'organisme indépendant... [et de] l'autocontrôle, ce qu'on réalise nous ».

Ces bénéfices sont jugés positifs au point tel que les acteurs reconnaissent la légitimité de ces règles collectives et acceptent le fait que ces dernières s'imposent à eux, et ce, même si cela les oblige à faire des compromis et à mettre de côté certains de leurs désirs, caprices ou intérêts propres. Cela est particulièrement notable lorsque l'on considère les limites importantes qu'imposent ces règles collectives aux possibilités d'innovation des producteurs individuels. En effet, à partir du moment où un producteur décide d'adhérer à un label particulier, il perd une importante liberté puisque ces pratiques et les caractéristiques de son produit deviennent rigoureusement encadrées. Ainsi, comme

nous l'avons souligné précédemment dans la synthèse des résultats, il peut certes se démarquer en apportant une touche particulière qui distinguera sa signature et sa production, mais seulement dans la mesure où il respecte scrupuleusement la logique de production que lui impose son cahier des charges.

Enfin, et même si cela n'a pas été souligné explicitement, on peut, à la lumière des propos des acteurs rencontrés, avancer l'hypothèse que le fait que les acteurs participent à la construction de ces règles, qu'ils ont la possibilité de les évaluer et qu'ils y consentissent librement fait partie des bénéfices de l'inscription dans un système certifié. On se trouve alors devant un paradoxe intéressant, où les acteurs acceptent que soit contrainte leur liberté individuelle, pour mieux en permettre une autre (Haugaard, 2012, p.36), dans ce cas-ci une liberté issue de l'expérience collective, celle-ci étant dès lors jugée plus précieuse que la liberté de suivre d'abord et avant tout sa propre volonté.

Bref, il est intéressant de constater que plutôt que de réduire ou réprimer les capacités et possibilités – ou leurs pouvoirs *d'agir* – des producteurs, comme le font les pouvoirs écrasants exercés par les forces économiques de la concurrence internationale à la source même du besoin pour les producteurs d'expérimenter des solutions alternatives comme les labels et autres certifications que nous avons évoqués précédemment, ces pouvoirs qui s'exercent *sur* les producteurs se révèlent au contraire susceptibles de les favoriser. Par conséquent, on peut penser que si l'exercice de pouvoirs *sur* se révèle incontournable dans une démarche de certification, et ce, même dans un système où les pouvoirs *avec* semblent pourtant privilégiés, ceux-ci pourront être tolérés, voire souhaités si leurs *effets* sont jugés positifs par les acteurs interpellés eux-mêmes.

Ces résultats viennent appuyer la thèse de Haugaard (2012), selon laquelle les pouvoirs *sur*, bien que généralement considérés négativement comme des moyens de domination, peuvent aussi produire d'autres effets, désirables ceux-là, et ainsi engendrer la capacitation des acteurs sur lesquels ils s'exercent. Pour que cela soit possible, ils doivent toutefois être exercés dans un souci de justice et dans l'intérêt de tous les acteurs interpellés.

Ajoutons finalement à cela que nos résultats expriment que la *façon* dont ces pouvoirs *sur* sont exercés semble aussi contribuer à les rendre « capacitants ». En effet, dans la présente recherche terrain, plusieurs évidences de pouvoirs *sur* exercés dans une logique de partenariat, de collaboration, de collégialité et de subsidiarité ont été relevées, et ce, non seulement sur le plan local des coopératives et syndicats de producteurs, mais aussi dans les relations avec les auditeurs et avec l'INAO. Les acteurs rencontrés ont en ces multiples occasions clairement exprimé les effets de lien et de capacitation, comme l'esprit

collégial entre les producteurs ou les occasions d'améliorer ces pratiques, engendrés par ces rapports de pouvoir exercé de façon collaborative plutôt que dans une logique exclusivement fondée sur le contrôle et la sanction.

3- L'approche du marketing territorial : le territoire au centre du système de production

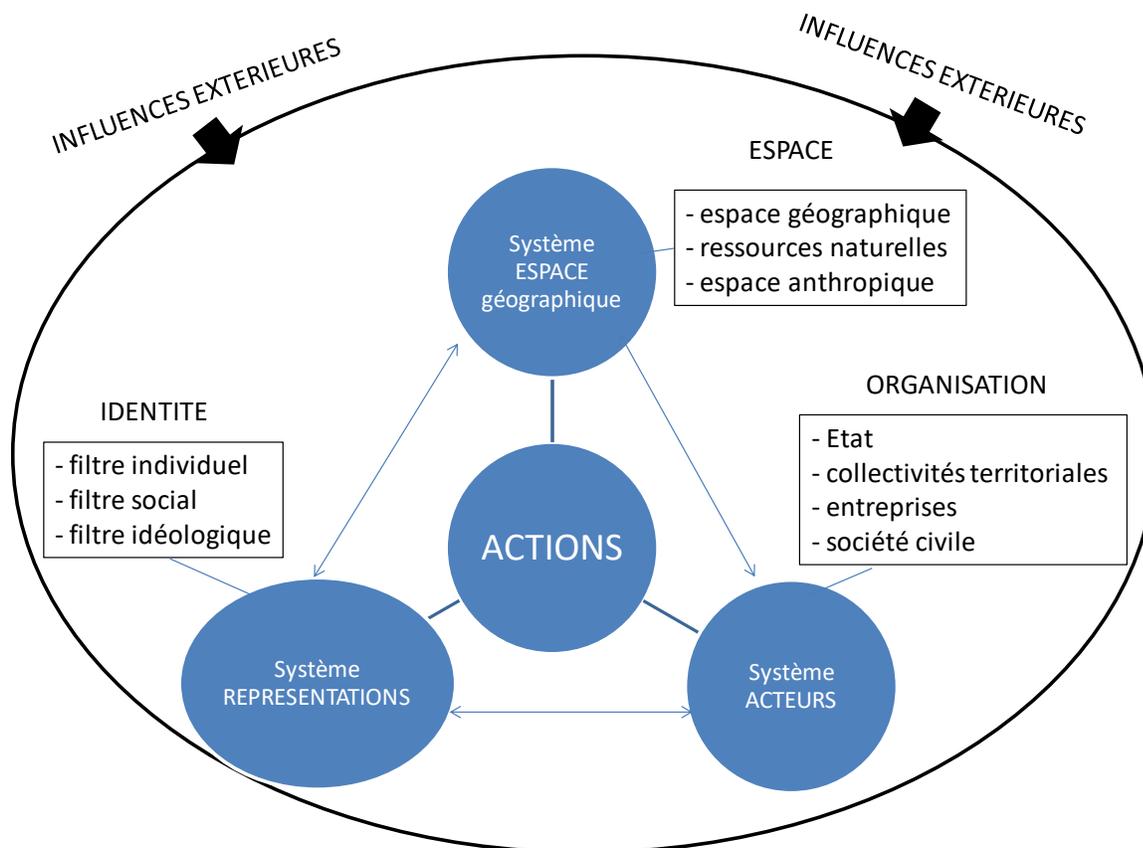
La place des signes officiels de qualité dans le développement territorial revêt une importance majeure aujourd'hui, notamment dans le cas des zones rurales. En effet, les territoires hors métropoles doivent faire émerger un autre modèle de développement afin d'accéder aux vertus de la croissance tout en préservant la pérennité du territoire, tant sur le plan économique, qu'écologique ou social. Les cahiers des charges intègrent généralement les deux premières dimensions, économiques et écologiques, sous diverses modalités.

La problématique peut alors être formulée ainsi : quelle est la place du territoire dans le développement d'un produit sous signe officiel de qualité ?

Revenons tout d'abord sur la définition d'un territoire, terme courant, voire galvaudé, mais rarement défini.

3.1 Le territoire, sujet du développement territorial

Dans le paradigme dominant en France, le territoire est perçu comme un bien commun coconstruit par différents acteurs et usagers du lieu. Le territoire est alors défini comme un système complexe (Moine ; 2006), associant un sous-système d'acteurs, un sous-système de représentations mentales et un sous-système spatial.



Source : adapté par les auteurs de Moine (2006)

Dans le cadre de notre recherche, l'action peut être illustrée par la mise en œuvre d'une démarche d'élaboration d'un signe officiel de qualité, telle que le piment d'Espelette. Cette action émane et façonne le sous-système d'acteurs composé de tous les maillons de la chaîne : agriculteurs, organisations professionnelles, INAO, consommateurs. Le cahier des charges prend en compte l'espace géographique de l'appellation. Ainsi, dans le cas du piment d'Espelette, la zone est précisément délimitée, les caractéristiques physiques du lieu ont été décrites pour devenir des atouts singuliers dans cette démarche d'accès au marché. Le sous-système de représentations est également impacté puisque l'un des objectifs des appellations est d'ancrer les produits dans un terroir, porteur de représentations mentales. Cette dimension constitue à la fois le socle identitaire interne au territoire et une formidable opportunité d'expression identitaire. La reconnaissance de l'appellation s'avère synonyme d'une légitimité identitaire internationale.

Les entretiens menés lors de cette recherche font émerger trois sujets d'intérêt en lien avec le territoire : la gouvernance, la régulation et la valeur ajoutée apportée par l'appellation. La gouvernance concerne exclusivement le sous-système d'acteurs. En effet, la gestion d'une appellation revient pour partie à traiter des décisions prises en

commun, dans le souci d'une gouvernance partagée. La problématique de la régulation a trait à la fois au sous-système d'acteurs et au sous-système géographique. Les règles fixées jouent un rôle de préservation de l'espace naturel tout en satisfaisant aux exigences de régulation des acteurs impliqués. Quant à la valeur ajoutée des labels, elle concerne les trois sous-systèmes. Ainsi, l'un des résultats majeurs de cette recherche est de mettre en évidence le rôle-clé joué par l'appellation sur trois sortes de valeur ajoutée : le renforcement des liens entre les acteurs, la reconnaissance et la valorisation du territoire géographique, et l'accroissement du lien identitaire. Le territoire constitue donc à la fois le sujet et l'objet du développement.

3.2 Le territoire, objet du développement territorial

Notre recherche met en évidence la dualité du territoire, considéré à la fois comme le sujet de son développement, mais également comme l'objet de ce dernier. Tel un être humain qui produit un mouvement, il peut en constater les effets sur son propre déplacement. Il en est de même pour un territoire d'appellation qui fédère des acteurs, des représentations mentales et des espaces afin de produire un impact sur ce même territoire.

Les travaux en développement territorial se caractérisent par une succession d'études de cas, d'une très grande hétérogénéité. Par conséquent, il nous semblait pertinent de mobiliser la théorie de l'activité (Vugoski 1985 ; Engeström 1987) afin de tenir compte du contexte et de l'interaction collective omniprésents dans la mise en œuvre et l'analyse des démarches de développement territorial.

La théorie de l'activité s'intéresse tout particulièrement aux systèmes complexes de coopération. Le territoire, tel que décrit par Moine (2006), correspond précisément à cette conception. Dans ce travail, Moine argumente la nécessité d'analyser les « territoires de vie » afin de comprendre la complexité de leur construction historique autour du social, de la politique et du psychologique. Il affirme que le territoire est avant tout un processus d'appropriation, conditionné à la fois par la nature d'un espace géographique, par un système de représentations de cet espace, et par un système d'acteurs qui agissent dans cet espace.

La théorie de l'activité a été définie comme étant un « ...cadre pluridisciplinaire pour étudier comment les individus transforment intentionnellement la société... » (Roth et al., 2012). L'objectif poursuivi est de cerner l'activité de transformation collective sous l'impulsion des différentes parties prenantes du territoire. Le processus décrit dans les

appellations d'origine constitue ce type de démarche collective. Les travaux de Vygotsky (1978), popularisés par Engeström (2007), offrent une perspective pluridisciplinaire pour analyser les diverses pratiques humaines comme un processus de développement dans lequel les individus et la société sont interdépendants. Aussi appelé la théorie historico-culturelle de l'activité, ce cadre conceptuel suggère que la transformation s'appuie sur trois principes majeurs : les individus agissent collectivement par le biais de pratiques, et communiquent socialement par leurs actions ; les individus inventent, utilisent et assimilent différentes technologies pour apprendre et communiquer ; la communauté est centrale à la fois dans le processus de transformation et de connotation du sens.

Dans l'analyse de la transformation territoriale, deux aspects essentiels sont à considérer. Tout d'abord, le cadre d'analyse tient compte du fait que les politiques publiques, notamment économiques, s'appuient sur les technologies existantes. Le terme « technologie » s'entend ici au sens large, comportant l'ensemble des outils (artefacts) qui facilitent l'appropriation, l'organisation, et la transformation de l'espace social. Ces outils influent progressivement sur les interactions entre les acteurs et leur territoire, ils se modifient dans le temps avec l'accumulation d'expérience. Ces interactions s'effectuent par leur nature multidimensionnelle, car elles modifient progressivement le territoire et les perceptions du territoire.

De plus, le développement économique et social d'un territoire ne peut être considéré comme une observation objective, mais plutôt comme le résultat d'une méthodologie de recherche donnée (Engeström et alii. 1999). Il en est de même pour le développement territorial qui est subjectif, tant dans sa réalité perçue que dans sa mesure. Loin d'être la promotion d'un état des lieux ou d'une photographie d'un espace donné, une initiative territoriale est avant tout « un moment d'une mise en capacité d'agir des acteurs du territoire ». Une démarche de construction d'une appellation est donc une « mise en tension » des multiples acteurs du système (Lardon et Pivoteau 2005) qui débouchera sur des modifications du territoire. Les entretiens menés dans cette recherche témoignent de ces transformations.

Plusieurs auteurs se sont penchés sur les précautions à prendre en matière d'évaluation d'un projet territorial.

Tout d'abord, comme le souligne Burghard (2012), le succès de tout projet de développement territorial présuppose un plan stratégique dans lequel l'envergure, la finalité et les moyens du projet sont clairement identifiés.

De plus, les buts opérationnels du projet territorial doivent être élaborés en fonction du contexte politique, économique et historique de chaque groupement d'acteurs. La vision, les attentes, et la mission du projet aux yeux du maître d'ouvrage méritent d'être clairement définies et communiquées. Enfin, chaque objectif du projet peut être qualifié de spécifique, mesurable, actionnable, réaliste et opportun¹⁵². Les travaux de Pride (2008) sur les indicateurs clés de la performance pour Visit Wales constituent un exemple rare de projet dans lequel ces critères d'évaluation ont été établis au moment de l'élaboration de l'initiative.

Une troisième observation apparaît dans la difficulté à déterminer la nature de l'évaluation des projets de développement territorial. L'objectif de la transformation territoriale doit être explicite et mesurable. La démarche de développement territorial, comme celle de la création d'une appellation, peut être conçue pour influencer sur les opinions des usagers, conférer une fierté d'appartenance, ou inciter les investissements en infrastructure. Les preuves de réussite peuvent être captées au niveau de l'individu, de la collectivité ou de l'opinion des cibles externes au projet. Le succès ou l'échec du projet peut être mesuré en matière d'efficacité (calcul coûts-bénéfices), d'efficience (qualité des relations entre la collectivité et ses usagers) ou d'innovation (la mise en place des scénarios d'usages nouveaux).

Les facteurs politiques et administratifs externes au projet doivent également être pris en compte.

Il existe quatre dimensions dans la transformation territoriale : le territoire lui-même, les infrastructures, les représentations à l'égard du territoire et les pratiques observées au sein du territoire.

Le premier aspect évalué de la transformation est le territoire lui-même, considéré comme un bien commun coconstruit par différents acteurs et usagers du lieu. Le territoire, considéré comme l'objet de la transformation, regroupe ses caractéristiques naturelles et ses contours physiques. Dans le cas de l'appellation piment d'Espelette, les plantations de pieds de piments ont modifié le paysage sur l'ensemble de la zone concernée.

Les infrastructures regroupent des plateformes qui créent des relations de proximité entre les fournisseurs et les consommateurs de services. La notion d'infrastructures déployées sur un territoire pour le transformer fait référence à la fois à des équipements physiques tels que des routes ou des usines, mais également à des installations permettant des

¹⁵² Dans une démarche pédagogique, les auteurs utilisent l'acronyme de SMART : Spécifique, Mesurable, Activable, Réaliste, opportun.

usages dématérialisés, comme le développement de la fibre optique par exemple. Le développement d'une appellation peut conduire à la création de nouvelles infrastructures : routières, sanitaires, scolaires, informatiques, etc. qui accentuent la proximité entre les consommateurs et les producteurs de ressources territoriales. C'est pourquoi bon nombre de démarches de signes officiels de qualité intègrent la création d'une communauté d'ambassadeurs ayant pour but principal de faire connaître les ressources territoriales disponibles : produits locaux, infrastructures disponibles, compétences accessibles, revenus fonciers mobilisables pour des investissements.

La notion de représentations couvre les différentes formes d'engagement communautaire sur le territoire. Les usagers partagent, dans une certaine mesure, des perceptions communes par rapport à la représentation du territoire. Cet état d'esprit conditionne leur participation aux processus décisionnels et leurs actions encouragent ou handicapent certaines formes d'action politique. Sur cette troisième dimension, une démarche d'appellation peut transformer les perceptions individuelles et collectives du rôle qu'a le citoyen dans la politique locale, l'économie et la société. Ainsi, l'un des impacts positifs observés dans les démarches d'appellation territoriale reste l'accroissement de l'appropriation au lieu, voire l'émergence d'une véritable fierté d'appartenance. Après avoir mis en lumière des atouts du lieu, une démarche d'appellation territoriale peut modifier les représentations mentales liées au territoire et déclencher les comportements d'ambassadeurs performants.

Enfin, les pratiques font référence aux activités qui caractérisent la production sociale et économique sur un territoire donné. Elles représentent les domaines dans lesquels le territoire est perçu comme étant singulier ou spécifique, doté d'atouts uniques. Ces pratiques territoriales déterminent les normes et les usages de proximité, la source de valeur ajoutée et une mesure de son apport à la collectivité. L'impact d'une appellation territoriale se reconnaît ici dans le degré d'innovation des moyens locaux de production ou dans la recombinaison de ses forces productrices.

Bibliographie

- Allaire, G. « Diversité des Indications géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international », In : Tekelioglu Y. (ed.), Albert H. (ed.), Tozanli S. (ed.). *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*. Montpellier : CIHEAM, 2009. p. 53-65.
- Allaire, G. and R. Boyer (1995). « Régulation et conventions dans l'agriculture et les IAA. » ALLAIRE, G.; BOYER, R. La grande transformation de l'agriculture. Paris : INRA/Economica : 9-29.
- Allaire, G., B. Sylvander, et coll. (2005). Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux.
- Amisse-Gauthier, M. (2003). « Les signes nationaux d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles ou alimentaires : substituts ou compléments d'une régulation publique? » Revue du droit rural (318) : 680-687.
- Ansell, Christopher K. 2011. *Pragmatist democracy: evolutionary learning as public philosophy*. New York: Oxford University Press.
- Arfini, F. (2000). The socio-economics of origin labelled products in agri-Food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects, Editions Quae.
- Arnaud, C. (1991). « Le vin et l'organisation commune de marché entre Paris et Bruxelles : un dialogue quelquefois difficile. » Économie rurale **204** (1) : 3-10.
- Barham, E. (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling." Journal of Rural Studies **19**(1): 127-138.
- Barjolle, D. and B. Sylvander (2003). « Facteurs de succès des produits d'origine certifiée dans les filières agroalimentaires en Europe : marché, ressources et institutions. » Productions animales, Paris, Institut national de la recherche agronomique- **16** (4) : 289-294.
- Barjolle, D. and J.-M. Chappuis (2000). « Coordination des acteurs dans deux filières AOC Une approche par la théorie des coûts de transaction. » Économie rurale **258** (1) : 90-100.
- Barrère, C. (2007). "The genesis, evolution and crisis of an institution: the Protected Designation of Origin in wine markets." Journal of Institutional Economics **3**(2): 165-181.
- Boisvert, Y. et Jutras, M., « L'éthique comme mode de contrôle volontaire des Appellations d'origine contrôlée », dans *Éthica*, Printemps 2002, 37-68.
- Bowen, S. (2008). Geographical indications: Promoting local products in a global market, ProQuest.
- Burghard, E. (2012), *Avoiding the Boom-Bust Cycle, Strengthening Brand America*

- Chamard, C. and Alaux, C. (2018) 'Place Hospitality: A Way to Understand and Improve Place Marketing Approaches', *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(2), pp. 7– 16.
- Chamard C. Schlenker L., « La place du marketing territorial dans le processus de transformation territoriale », *Gestion et management public*, 2017/3 Volume 6 / n° 1, p. 41-57.
- Chambolle, C. et É. Giraud-Héraud (2003). « Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse. » *Economie & prévision* **159** (3) : 83-91.
- Charlier, C. (2007). « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC. » *Économie rurale* (3) : 70-83.
- Crespi, J. M. and S. Marette (2001). « Politique de label et commerce international. » *Revue économique* **52** (3) : 665-672.
- De Fontguyon, G., É. Giraud-Héraud, et coll. (2003). « Qualité des produits alimentaires et marques de filières. » *Sociologie du travail* **45** (1) : 77-94.
- De Maillard, J. (2002). « La commission, le vin et la réforme. » *Politique européenne* (1) : 68-84.
- De Montzey, S. et D. De Jubecourt (2001). « Les signes officiels de qualité en France et dans l'Union européenne. » *Techniporc* **24** (2) : 19-24.
- De Pablo López, M. L. « Les concepts » qualité » de l'agroalimentaire. » *Cahiers Options méditerranéennes* **15** (2).
- De Sainte-Marie, C., G. Monin, et coll. (1997). « Les dénominations géographiques protégées (AOP et IGP) et leur inscription dans le droit français. Analyse de la situation du secteur des charcuteries-salaisons. » *CIHEAM Options méditerranéennes* : 293-299.
- Debruyne, M. (2011). « La certification, substitut ou complément de la confiance dans les relations entre agents économiques ? » *La Revue des Sciences de Gestion* **252** (6) : 47-57.
- Dewey, John. 1988 [1939]. « Creative Democracy - The Task Before Us ». Dans John Dewey: *The Later Works, 1925 - 1953, Vol. 14: 1939-1941*, édité par Jo Ann Boydston, 224-30. Carbondale: Southern Illinois Univ. Press.
- . 1991 [1927]. *The public and its problems*. Swallow Press.
- . 2004 [1920]. *Reconstruction in philosophy*. New York: Dover Publications.
- Dewey, John, et Arthur F. Bentley. 1949. *Knowing and the Known*. Boston: Beacon Press.
- Du Tertre, C. (2002). « La dimension sectorielle de la régulation. » *Recherches* (1) : 313-322.
- Engestrom Y., 1987, *Learning by expanding*. Helsinki, Orienta-Konsultit Oy.

- Engeström, Y., Engeström, R. Vähäaho, T. (1999). When the center does not hold: The importance of knotworking. In M. Hedegaard, S. Chaiklin & U. J. Jensen (Eds.), *Activity theory and social practice: Cultural-historical approaches*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Engeström Y., 2001, *Expansive Learning at Work: toward an activity theoretical reconceptualization*, *Journal of Education and Work*, Vol. 14, No. 1.
- Escala, T. (2006). « La production d'une figure du producteur. Le cas d'un label rouge. » *Économie rurale* (3) : 38-54.
- Follett, Mary Parker. 1998 [1918]. *The new state: group organization the solution of popular government*. University Park, Penn: The Pennsylvania State University Press.
- . 2013 [1924]. *Creative Experience*. New York et London: Longmans, Green and Co.
- Fort, F. (2007). « Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation. » *Économie rurale* (6) : 23-39.
- Fournier, M., *Labellisation et mise en marque des territoires*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2014.
- Julien Frayssignes, « Les AOC dans le développement territorial. Une analyse en termes d'ancrage appliquée au cas français des filières fromagères. », *Ruralia* [En ligne], 20 | 2007, mis en ligne le 08 mai 2008, consulté le 12 septembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/1732>
- Giraud-Héraud, E. and L.-G. Soler (2003). « Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les Appellations d'origine protégée? » *Économie rurale* **277** (1) : 123-134.
- Giraud-Héraud, E., L. G. Soler, et coll. (2002). « Concurrence internationale dans le secteur viticole : quel avenir au modèle d'Appellation d'Origine Contrôlée? » *Cahier du LORIA n* : 02.
- Grenard, A. (1996). « Normalisation, certification : quelques éléments de définition. » *Revue d'économie industrielle* **75** (1) : 45-60.
- Grote, U. (2009). "Environmental Labeling, Protected Geographical Indications and the Interests of Developing Countries." *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy* **10**(1): 94-110.
- Haugaard, Mark. 2012. « Rethinking the Four Dimensions of Power: Domination and Empowerment ». *Journal of Political Power* **5** (1): 33-54.
<https://doi.org/10.1080/2158379X.2012.660810>.
- Henson, S. and J. Caswell (1999). "Food safety regulation: an overview of contemporary issues." *Food Policy* **24**(6): 589-603.
- Hermitte, M. A. (2001). « Les appellations d'origine dans la genèse des droits de propriété

- intellectuelle. » Systèmes agroalimentaires localisés. Terroirs, savoir-faire, innovations : 195-206.
- Hildreth, R.W. 2009. « Reconstructing Dewey on Power ». *Political Theory* 37 (6): 780-807. <https://doi.org/10.1177/0090591709345454>
- Hassan, D., V. Réquillart et al. (2006). « Signes officiels de qualité : éléments de bilan d'une politique publique. » INRA Sciences Sociales.
- Hinnewinkel, J. C. (2004). « Les AOC dans la mondialisation. » Anthropology of food(3).
- Hinnewinkel, J. C. (2007). « L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale. » Méditerranée(2) : 17-22.
- Humbert Florian. Approche historique du processus de délimitation des AOC vinicoles françaises. Contribution à la compréhension des principes et de l'application d'une expertise.. Sciences Humaines Combinées [en ligne], Numéro 5 - Limite/Limites, 9 février 2010. Disponible sur Internet : <http://revuesshs.u-bourgogne.fr/lisit491/document.php?id=542> ISSN 1961-9936
- Laporte, C. (2001). « L'Appellation d'Origine Contrôlée : une solution efficace pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur les marchés des vins de qualité. » INRA-ESESAD working paper(5).
- Lardon S. et Piveteau V. (2005), « Méthodologie de diagnostic pour le projet de territoire : une approche par les modèles spatiaux », *Géocarrefour*, vol. 80/2.
- Linnemer, L., A. Perrot, et coll. (1997). Une analyse économique des « signes de qualité" : labels collectifs et certification des produits, INSEE.
- Marchildon, Allison. 2017. « Le pouvoir de déployer la compétence éthique ». *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, n° vol. 19, n° 1 (juillet). <https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.2920>.
- Marette, S. (2007). "The Labels in Agriculture, Their Impact on Trade and the Scope for International Policy Action." New frontiers in environmental and social labeling: 151-168.
- Marette, S. (2008). "Is a Minimum Quality Standard Socially Optimal?" Economics Bulletin 12(38): 1-8.
- Marette, S. (2009). "Can foreign producers benefit from geographical indications under the new European regulation?" ESTEY CENTRE J. INT'L L. & TRADE POL. 10: 65, 67, 69.
- Marette, S. (2009). « Quels instruments économiques de régulation de la qualité? Marchés et réglementation dans le secteur agroalimentaire. » INRA Sciences Sociales.
- Marette, S., R. Clemens, et coll. (2008). "Recent international and regulatory decisions about geographical indications." Agribusiness 24(4): 453-472.
- Moine A., (2006). Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie, *L'Espace géographique*, 35(2), 50-63.

- Nicod, J. (2003). « Une approche systémique des terroirs des Côtes-du-Rhône méridionales : Emmanuelle Vaudour, Les terroirs viticoles, Analyse spatiale et relation avec la qualité du raisin. Application au vignoble AOC des Côtes-du-Rhône méridionales. » Méditerranée : 109-110.
- Nicod, J. (2004). « Vaudour E., Les terroirs viticoles. Définitions, caractérisation et protection. » Annales de géographie : 336-336.
- Parguel, P. and C. Compagnone (2007). « Un dispositif d'appui aux agriculteurs pour l'élaboration de règles de production d'AOC. » Économie rurale **302** (6) : 10-22.
- Pereira, Irène. 2013. « La théorie pragmatiste de l'action collective de Dewey ». *revue ç Interrogations ?*, 20 décembre 2013. <http://www.revue-interrogations.org/La-theorie-pragmatiste-de-l-action>
- Perrier-Cornet, P. et B. Sylvander (2000). « Firms, coordinations et territorialité Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine. » Économie rurale **258** (1) : 79-89.
- Perrot, A. et L. Linnemer (2000). « Une analyse économique des "signes de qualité". Labels et certification des produits. » Revue économique : 1397-1418.
- Profeta, A., R. Balling, et coll. (2009). "The Protection of Origins for Agricultural Products and Foods in Europe: Status Quo, Problems and Policy Recommendations for the Green Book." The Journal of World Intellectual Property **12**(6): 622-648.
- Profeta, A., R. Balling, et coll. (2010). "Protected Geographical Indications and Designations of Origin: An Overview of the Status Quo and the Development of the Use of Regulation (EC) 510/06 in Europe, With Special Consideration of the German Situation." Journal of International Food & Agribusiness Marketing **22**(1-2): 179-198.
- Pride R., 2008, Marketing, a New Direction, Visit Wales.
- Rangnekar, D. (2004). "The socio-economics of geographical indications." A review of empirical evidence from Europe. UNCTAD-ICTSD, Issue Paper(8).
- Raynaud, E., L. Sauvee, et coll. (2000). "Common labelling and producer organisations: A transaction cost economic approach." The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains: Spatial, institutional and co-ordination aspects: 133-142.
- Raynaud, E., L. Sauvee, et coll. (2002). Governance of the Agri-food Chains as a Vector of Credibility for Quality Signalization in Europe.
- Rejalot, M. (2000). « Bordeaux-Champagne : propriété ou négoce ? / Bordeaux-Champagne: estate or business ? » Annales de géographie **109** (614) : 426-443.
- Renard, M. C. (2005). "Quality certification, regulation and power in fair trade." Journal of Rural Studies **21**(4): 419-431.

- Rose, B. (2006). "No More Whining About Geographical Indications: Assessing the 2005 Agreement Between the United States and the European Community on the Trade in Wine." Hous. J. Int'l L. **29**: 731.
- Roth et al. (2012): Irradiation and measurement devices and methods development for LSNA applications at the TRIGA-ACPR core
- Sanchez, D. S. (2008). Supply Control and Product Differentiation Effects of European Protected Designations of Origin Cheeses, Kansas State University.
- Selg, Peeter. 2016. « 'The Fable of the Bs': Between Substantialism and Deep Relational Thinking about Power ». *Journal of Political Power* 9 (2): 183-205.
<https://doi.org/10.1080/2158379X.2016.1191163>.
- Serrano, J. and G. vianey (2007). « Les Zones Agricoles Protégées : figer de l'espace agricole pour un projet agricole ou organiser le territoire pour un projet urbain ? » Géographie, économie, société **9** (4) : 419-438.
- Smith, A. (2007). « Chapitre 8. La difficile réforme des appellations d'origine contrôlée. » Académique : 321-364.
- Smith, A. (2008). « Quelle gouvernance des vignobles dans la réforme en cours? » Science **4** : 12.
- Smith, A. (2008). "Territory and the Regulation of Industry: Examples from Scotland and Aquitaine." Regional and Federal Studies **18**(1): 37-53.
- Smith, A. (2011). "Quality, who's quality?: The impact of the EU's 2008 wine policy reform in France and in Spain."
- Smith, A., de Maillard, J. & Costa, O., Vin et politique, Paris, Science Po Les Presses, 2007.
- Smith, A., H. Baldersheim, et coll. (2003). "Interest group leadership and territory: The case of Bordeaux wine producers." Political leadership in a global age: The experience of France and Norway: 155-167.
- Smith, A., J. Prétet, C. Vidal, K. Le Bail Carval, R. Ramanah, X. Carcopino, I. Cartier, E. Labouyrie, B. Kantelip and S. Coumes-Marquet (2009). « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? » in Hinnewinkel, Jean-Claude et ADES. *La gouvernance des terroirs du vin : entre local et mondial, au Nord comme au Sud*, Éditions Féret, pp.119-141, 2010.
- Smith, A., J. Prétet, et coll. (2009). « Vers le gouvernement européen de l'industrie vitivinicole? ». » La gouvernance des terroirs du vin.
- Stanziani, A. « <SatanzianiWineRep.pdf>. »
- Stanziani, A. (2003). « La falsification du vin en France, 1880-1905 : un cas de fraude agroalimentaire. » Revue d'histoire moderne et contemporaine **50-2** (2) : 154-186.

- Sylvander, B. (2003). « Les stratégies de qualification des firmes agroalimentaires et la désintensification. » Dossier de l'environnement de l'INRA(24) : 133-144.
- Sylvander, B. (2007). « Les signes officiels de qualité et d'origine européens. » Économie rurale (3) : 7-23.
- Sylvander, B., A. Isla, et coll. (2011). "Under What Conditions Geographical Indications Protection Schemes Can Be Considered as Public Goods for Sustainable Development?" Territorial Governance: 185-202.
- Teil and Valceschini (2000). Confidence and reputation on the wine market. 67. Colloque EAAE: 155-160.
- Teil, G. (2010). "The French Wine "Appellations d'Origine Contrôlée" and the Virtues of Suspicion." The Journal of World Intellectual Property **13**(2): 253-274
- Thenard, V., J. THEAU, et coll. (2007). « Représenter le système d'alimentation d'élevages laitiers pour comprendre leur stratégie d'adaptation au cahier des charges d'une IGP. » INRA Productions animales **20** (5) : 409-420.
- Thiedig, F. "Welcome to the Club? An Economical Approach to Geographical Indications in the European Union. Agrarwirtschaft, Dezember 2000, n 49/12 Frank Thiedig and Bertil Sylvander (INRA-UEQUA)."
- Torre, A. (2002). « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. » Revue d'économie industrielle **100** (1) : 39-62.
- Tregear, A., F. Arfini, et coll. (2004). The impact of territorial product qualification processes on the rural development potential of small-scale food productions.
- Tregear, A., G. Giraud, et coll. (2011). "Geographical indications, consumers and citizens." Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition: 63-74.
- Valceschini (2000). « La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible. » Revue d'Économie Régionale et Urbaine : 489-499.
- Valceschini and Blanchemanche (2005). « La certification de conformité de produit sur les marchés agroalimentaires : différenciation ou normalisation ? » Notes et Études Économiques : 7-40.
- Valceschini and Lagrange (2000). Les signes officiels de qualité. Efficacité, politique et gouvernance, SFER.
- Valceschini, INRA, et al. (2000). Conception d'un système d'information sur les produits agroalimentaires sous signes officiels de qualité.
- Van Ittersum, K. « <451.full.pdf>. »
- Van Ittersum, K., M. T. G. Meulenberg, et coll. (2007). "Consumers' Appreciation of Regional

- Certification Labels: A Pan-European Study." Journal of Agricultural Economics **58**(1): 1-23.
- Vincq, J. L. (2010). « La construction de la qualité fiable dans les réseaux alimentaires de proximité. » Économie rurale (4) : 5-19.
- Vygostki L. (1934/1985), *Pensée et langage*, Paris, Editions Sociales.
- Wallet, F., E. Barham, et coll. (2011). "and Gilles Allaire." Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition: 200.
- Yue, C., S. Marette, et coll. (2006). How to promote quality perception in wine markets: brand advertising or geographical indication?, Center for Agricultural and Rural Development, Iowa State University.
- Wolfe, Joel. 2012. « Does Pragmatism Have A Theory of Power? » *European Journal of Pragmatism and American Philosophy* IV (1): 120-37.
- Zago, A. and D. Pick (2004). "Labeling policies in food markets: public intervention, private incentives, and welfare effects", *Journal of Agricultural and Resource Economics*, Vol. 29, No. 1 (April 2004), pp. 150-165.
- Zask, Joëlle. 2011. *Participer: essai sur les formes démocratiques de la participation. Les voies du politique*. Lormont: Le Bord de l'eau.

ANNEXE – Brève histoire de l'évolution du cadre de législation et profil institutionnel de l'INAO

C'est sur la base d'une série d'échecs législatifs, et sur fond de grave crise de la filière viticole, que se met progressivement en place en France, au début du XXe siècle, une politique de protection des terroirs et des origines. Centrée dans un premier temps autour de la filière viticole, elle finit par s'étendre à l'ensemble de la production agroalimentaire française. La création de l'INAO est une des composantes essentielles de cette évolution, en même temps que son parfait reflet.

Frappées par diverses maladies de la vigne puis par le phylloxéra, les vignes françaises traversent à la fin du XIXe et au début du XXe siècle une longue crise, suivra une longue période de surproduction des vins ordinaires au détriment des vins de qualité ; surproduction qui provoque à son tour une chute des cours du vin. Cette chute des prix sera alimentée par le constat que les fraudes et falsifications des produits sont alors monnaie courante. La qualité du vin, et notamment celle des vins fins, est menacée. Un constat est alors fait : le marché doit absolument être assaini, et pour cela, il doit souscrire à de nouvelles règles de fonctionnement. C'est le sens des différentes tentatives législatives qui se succéderont dans les trente premières années du XXe siècle et qui auront pour but d'encadrer la filière viticole.

Toutefois, les quatre lois qui se suivent de 1905 à 1931 procèdent toutes, dans leur incomplétude, de la même erreur fondamentale : l'ignorance des besoins profonds de la filière. Le législateur, malgré les nombreuses revendications de certains professionnels en ce sens, opère en surplomb de la filière, en choisissant le confort de Paris et en ignorant la réalité complexe du terrain.

La loi du 1^{er} août 1905

Devant la crise que traverse le milieu viticole, la loi du 1^{er} août 1905 est une première réponse législative pour tenter de répondre aux problèmes. Sur la base d'une délimitation administrative et géographique, cette loi précise des zones agricoles, elle entreprend de protéger les terroirs vinicoles en définissant les conditions de leur appellation d'origine.

Si elle a le grand mérite de mettre sur pied les bases de l'organisation de la répression des fraudes, notamment en direction des vins de table, son orientation vers la seule prise en compte de l'origine géographique, sans autre forme d'intérêt pour la qualité finale du produit, aura des conséquences regrettables pour les vins fins. Elle laisse en particulier la possibilité pour ceux qui le souhaitent de favoriser des cépages à grand rendement, de moindre qualité, sur des sols impropres d'une zone pourtant identifiée et protégée. Sous cet angle, les vins peuvent donc simultanément répondre aux critères d'authenticité de la

loi et être parfaitement médiocres. Ce paradoxe est à prendre au sérieux, car il ne suffit pas de légiférer pour délimiter un territoire pour favoriser le développement de produit de qualité, il est nécessaire que cette loi impose d'autres balises sur la production.

En vertu du respect de l'origine des terroirs, des décrets administratifs sont pris afin de délimiter de façon plus précise les zones et les régions viticoles. Ces tentatives de délimitation administrative du territoire, sans la prise en compte des critères qualitatifs supplémentaires du sol et du cépage, aboutissent à une série d'émeutes et de pillages, comme les révoltes de Champagne qui opposèrent les viticulteurs de la Marne à ceux de l'Aube, deux départements inclus dans la région historique de la Champagne, mais dont seule l'une d'entre elles, la Marne, possède sol et cépage de qualité. De semblables problèmes ont eu lieu dans le Bordelais. En omettant l'intégration des marqueurs de qualité rattachés au produit, la loi ne résout pas le problème de fond. La plupart des enjeux, notamment ceux liés à la qualité et à la surproduction, demeurent donc présents, ce qui a pour effet de faire effondrer les prix du raisin.

Le constat de l'échec de ce premier dispositif amène le gouvernement à légiférer une nouvelle fois. Le législateur, soucieux de régler la crise, introduit à partir de 1913, et sur fond de vigoureux débats chez les parlementaires, la notion de « qualités substantielles » dans son projet de loi, sur la base de l'accord de Bordeaux conclu entre le gouvernement et les producteurs. Ce projet de loi, mal défendu en chambre par la majorité, ne remporte pas l'adhésion et, lorsque la loi est finalement adoptée, après la Première Guerre mondiale, le 6 mai 1919, la notion de qualité attachée à l'origine du terroir n'aura toujours pas été intégrée.

La loi du 6 mai 1919

La loi du 6 mai 1919 prétend intervenir sur la protection des appellations d'origine. Elle impose en particulier la tenue de registres d'entrée et de sortie, afin de permettre la traçabilité du produit, depuis sa récolte jusqu'à sa consommation. Ce sont les tribunaux administratifs (tribunaux civils locaux) qui héritent du règlement des contentieux. Il leur appartient de délimiter les zones pouvant recevoir une appellation d'origine, d'en définir les usages, par l'examen des plaintes portées devant eux. Comme conséquence, la loi de 1919 provoque une importante mobilisation des syndicats de producteurs qui vont systématiquement porter réclamation devant les tribunaux afin d'influencer la fixation de l'aire géographique de l'appellation.

Plus grave encore, une interprétation du premier article de la loi permet la création de nouveaux vignobles de rendement quantitatif supérieur, et donc de moindre qualité, sur des parcelles bénéficiant de la protection, mais cependant impropres à la viticulture.

De nombreux litiges pour usurpation d'appellation engorgent les tribunaux qui se retrouvent surchargés et relativement démunis. Les procédures sont généralement longues et leur issue incertaine. Le débat est donc de nouveau porté au Parlement par le député de Gironde, Joseph Capus¹⁵³, la notion « d'usages » étant préférée par ce dernier à celle de « qualités substantielles » qui avait peiné à convaincre.

La loi du 22 juillet 1927

La loi qui fut adoptée en 1927 tenta de corriger le problème engendré par la législation précédente et, sous l'influence de Joseph Capus, introduisit enfin la thèse de l'origine de la qualité, précisant notamment que : « (...) aucun vin n'a le droit à l'appellation d'origine régionale ou locale s'il ne provient de cépages et d'une aire de production consacrée par des usages locaux, loyaux et constants. »¹⁵⁴

Cependant, la loi n'eut pas encore les effets escomptés pour des raisons d'imprécisions dans sa rédaction qui favorisèrent certains contournements, mais surtout parce qu'elle ne fut pas appliquée sur l'ensemble du territoire par les tribunaux administratifs au travers de leurs jugements.

La surproduction ne fut donc en rien jugulée, elle s'accéléra même après 1927 dans le domaine des vins ordinaires, menaçant toute la filière de s'effondrer. C'est alors que les professionnels comprirent qu'il leur appartenait de se fixer de salutaires contraintes de production s'ils ne voulaient pas disparaître et que les mœurs de la profession commencent à se modifier.

La loi du 4 juillet 1931 et le statut viticole

Ce fut le sens du statut viticole, nouveau système d'organisation de la production des vins ordinaires, sur lequel se pencha le Parlement en 1931 et qui voulait instaurer pour la première fois un équilibre entre l'offre et la demande. Le statut viticole, adopté le 4 juillet 1931, fixait des contraintes de production drastiques, allant même jusqu'au blocage, mesure qui interdisait aux plus gros viticulteurs de mettre sur le marché plus d'une proportion déterminée de leur récolte, et à procéder à la distillation de l'excédent. La loi créait ainsi une situation paradoxale : les vins ordinaires se voyaient davantage contraints

¹⁵³ Joseph Capus est un homme politique français (1867-1947) qui fut député, puis sénateur de Gironde (1919-1940). Il a aussi été très brièvement ministre de l'Agriculture du 29 mars au 14 juin 1924. Il a été le président-fondateur du Comité National des Appellations d'Origine pour les vins et eaux-de-vie (CNAO).

¹⁵⁴ Loi du 22 juillet 1927 tendant à compléter la loi du 6 mai 1919 relative à la protection des appellations d'origine (JO 27-07-1927 p. 7762-7763).

que les appellations d'origine. Cette asymétrie eut pour effet de renforcer le recours aux appellations trompeuses afin d'échapper aux règles du statut viticole. Il devenait donc urgent de trouver le moyen législatif pour identifier et retenir sous appellation d'origine les seuls vins fins obtenus selon les « anciens usages locaux ».

L'intervention de Joseph Capus et la loi du 30 juillet 1935

Devant l'insuccès de quatre lois successives à juguler la crise du secteur viticole, et sous la pression grandissante et la bénédiction d'une partie des professionnels de la filière, Joseph Capus, désormais sénateur de Gironde, soumit un projet de loi qui tenait enfin compte de l'ensemble des éléments concourant à la qualité des meilleurs vins : le sol, les cépages, les méthodes de culture. Il proposait également de redonner à la filière viticole les moyens de faire établir et de contrôler elle-même le bon respect des règles, exit donc les tribunaux administratifs. Les propositions de la « loi Capus » seront presque intégralement reprises par le Parlement et par le député Édouard Barthe¹⁵⁵ dans le décret-loi adopté le 30 juillet 1935.

La position défendue par les syndicats de producteurs et poussée sans relâche par Joseph Capus concernait l'obligation de fournir des garanties d'authenticité pour les produits viticoles sur plusieurs plans : l'assurance que le vin provenait bien de la région bénéficiaire de l'appellation, l'assurance que la qualité du produit était à la hauteur de sa réputation (savoir-faire, sol, cépages). L'origine géographique trop longtemps considérée par le législateur comme le seul élément à prendre en compte dans l'appellation d'origine aura dû attendre trente ans et la loi de 1935 pour que les usages de production y soient enfin rattachés. Pour faire le tri plus facilement entre les vraies et les fausses appellations, on les distinguera désormais par leur origine contrôlée, seule garante d'une qualité globale et vérifiée¹⁵⁶. La dégustation, comme moyen de contrôle a posteriori, est par ailleurs ajoutée à l'étude des facteurs naturels rattachés au terroir (cépage et sol). Conçue comme un moyen subjectif, et donc faillible par nature, d'évaluation, la dégustation repose néanmoins sur une véritable expertise professionnelle qui en atténue les biais. Cette nouvelle pratique officielle connaîtra un immense succès en France et à l'international et fait aujourd'hui partie des incontournables de l'art viticole.

Il est intéressant de constater l'inéluctable direction prise finalement par la réforme, alors même que le Gouvernement français persévère dans l'erreur pendant trente longues années qui auraient pu avoir raison de la filière viticole. Malgré cela, malgré l'entêtement

¹⁵⁵ Édouard-Jean Barthe est un homme politique français (1882-1849), député puis sénateur de l'Hérault de 1910-1949.

¹⁵⁶ L'appellation d'origine contrôlée deviendra finalement obligatoire le 3 avril 1942.

des législateurs, le dénouement de la crise est bien le terme d'une évolution qui répond à une forme de logique, poussée par la seule nécessité de préserver la viticulture et le marché des vins fins et des eaux-de-vie de marque, mais aussi celui des vins ordinaires.

Un problème demeure toutefois : les appellations d'origine existantes, y compris les frauduleuses, ne peuvent être invalidées puisqu'elles sont le résultat d'une décision juridique des tribunaux. C'est ce qui motive la création de l'appellation d'origine contrôlée qui représentera cette fois l'origine et la qualité d'un terroir et d'un produit dans les règles de l'art. Les appellations d'origine, dites simples, par opposition aux nouvelles AOC, demeureront un temps comme le pénible doublon d'une époque révolue, mais finiront par être supprimées, au profit des seules AOC, avec la loi Chouffet du 13 janvier 1938¹⁵⁷. Leur disparition effective prendra cependant plusieurs années.

La genèse de l'INAO

Pour accompagner la réforme de la filière, décision fut prise de créer un institut dédié à la préservation de ses intérêts (par le même décret-loi du 30 juillet 1935). De son premier nom Comité national des Appellations d'origine pour les vins et eaux-de-vie (CNAO), il aura désormais compétence dans la réglementation, la reconnaissance et la protection des appellations d'origines contrôlées¹⁵⁸. Fait déterminant, le décret-loi de 1935 protège cette fois le produit à travers toutes ses caractéristiques et dans sa relation au terroir. Celui-ci doit disposer de « caractéristiques particulières héritées de facteurs naturels et humains. ¹⁵⁹»

Par ailleurs, les pouvoirs d'intervention du CNAO couvrent non seulement les champs administratifs et professionnels, mais aussi judiciaires, ce qui l'autorise à se pourvoir en justice et de poursuivre les contrevenants devant les tribunaux.

La création du CNAO et la loi de 1935 mettent progressivement un terme à la crise du secteur viticole. Pour pouvoir bénéficier de l'appellation d'origine, le produit doit désormais respecter certains standards de qualité. Il est, en outre, attaché à un terroir dans une relation dynamique avec celui-ci. Sous l'impulsion de Joseph Capus, et de son ami le

¹⁵⁷Portail Archives Numériques et Données de la Recherche (PANDOR) – Fonds de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) <https://pandor.ubourgogne.fr>

¹⁵⁸ Un projet d'Office national pour la protection des appellations d'origine avait déjà été déposé en 1924 par Joseph Capus, alors ministre de l'Agriculture, sans suite.

¹⁵⁹ Décret-loi du 30 juillet 1935 relatif à la défense du marché des vins et régime économique de l'alcool (JORF n°0178 du 31 juillet 1935 page 8314).

baron Pierre Le Roy de Boisaumarié¹⁶⁰, vigneron à Châteauneuf-du-Pape, les premières Appellations d'origine contrôlée sont créées l'année suivante¹⁶¹.

La genèse du CNAO est le résultat concret de trente ans de crise et d'errances politiques, législatives et juridiques, mais aussi de volontés farouches de défendre la filière contre elle-même. Elle figure également à ce titre la cristallisation du mouvement de normalisations de l'ensemble des productions viticoles et une plus grande maturité de la filière, en particulier à travers le lent cheminement vers une appellation d'origine contrôlée.

Au cours du siècle et suivant les évolutions technologiques ou d'enjeux, l'organisme changera de noms plusieurs fois, devenant ainsi Institut national des appellations d'origine (INAO) en 1947, puis Institut national de l'origine et de la qualité en 2006 (dont il conservera cependant le précédent acronyme : INAO). Ses missions évolueront au fil du temps et des gouvernements, mais il restera fondamentalement un organisme privé de service public (il possède aujourd'hui le statut d'établissement public) chargé de défendre une politique de la qualité appliquée à la filière viticole, puis à toutes celles de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Sa mission centrale est désormais la mise en œuvre d'une « politique publique, celle des signes (officiels) d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) ¹⁶² ».

Le rôle des syndicats de producteurs

La création, à partir de la loi de 1919 sur les appellations d'origine, de syndicats de producteurs, puis d'Unions, puis de Fédérations de syndicats, est un des éléments centraux dans l'évolution de la profession, dans la prise de conscience de ses responsabilités, et dans les rapports que celle-ci entretiendra avec le législateur.

Les syndicats vont jouer un rôle déterminant dans l'évolution de la loi sur l'appellation et le sauvetage de leur filière. Le contrôle croissant qui a fini par être privilégié en 1935, celui portant non seulement sur le terroir, mais aussi sur la qualité du produit ne leur a pas été imposé, bien au contraire. Ils l'ont appelé de leurs vœux, et l'ont farouchement défendu. Les syndicats ont été des acteurs très actifs pour enrayer la crise endémique qui sapait

¹⁶⁰ Baron Pierre Le Roy de Boisaumarié, vigneron français (1890-1967), ardent défenseur des AOC et artisan de l'appellation Châteauneuf-du-Pape, fondateur du Syndicat général des vignerons des Côtes du Rhône ». Il succède à son ami Joseph Capus pour la présidence de l'INAO de 1947 à 1967.

¹⁶¹ AOC Arbois, Cassis, Châteauneuf-du-Pape, Monbazillac et Tavel, par décret du 15 mai 1936.

¹⁶² INAO – Contrat d'objectif et de performance 2014-2017 « Origine, qualité et modernité au service des filières et des territoires ».

jusqu'aux bases mêmes de leur profession : surproduction, abus, fraudes, dévalorisation des produits, etc. Ils en sont encore aujourd'hui les acteurs centraux, aux côtés de l'INAO.

Joseph Capus, à son époque était par ailleurs convaincu que ces groupements de professionnels étaient les plus compétents et les mieux armés pour déterminer localement, et au cas par cas, les conditions régissant chacune des appellations. La doctrine portée par le projet de loi de 1935 et qui devait s'imposer par-delà les diversités locales réclamait qu'on respectât les critères incontournables suivants : « l'élimination des cépages communs et des terrains impropres, l'établissement d'un degré minimum et d'un rendement maximum, variables selon les appellations. ¹⁶³»

Aujourd'hui encore, les syndicats de production sont essentiels dans la gestion des signes par l'INAO. Ils en sont à la fois les chevilles ouvrières et les premières instances de suivi, de conseil et de contrôle à la parcelle. Ainsi, les demandes de reconnaissance en AOC ne peuvent être déposées devant l'INAO que par un syndicat du vin dûment constitué. Ce sont les syndicats du vin qui se sont les premiers constitués pour défendre la qualité de leur production au début du XXe siècle. Leur engagement a été en ce sens déterminant dans la préservation de la filière viticole.

Les syndicats ont depuis 2008 l'obligation de se scinder en deux entités distinctes et indépendantes l'une de l'autre :

- Un organisme de défense et de gestion (ODG), responsable du cahier des charges qu'il est chargé de gérer et d'administrer, dans un contexte où le respect du processus de fabrication prend désormais une place plus importante qu'à l'origine, aux dépens de la démarche de dégustation d'agrément du vin;
- Et un Organisme d'Inspection (OI), agréé par l'INAO, chargé d'effectuer le contrôle du cahier des charges.

De 1945 à 1967

La fin de la Seconde Guerre mondiale coïncide avec une reprise économique difficile du monde viticole et une situation plus proche de la pénurie que de la surproduction. Le CNAO devient l'INAO en 1947, année du décès de Joseph Capus. Le baron Le Roy de Boisaumarié en assume la présidence jusqu'en 1967. L'Institut se modifiera au cours des vingt années suivantes, selon les réflexions conduites sur son statut, ou l'élargissement de ses mandats et de ses problématiques, mais aussi selon les mutations de la filière viticole elle-même que l'INAO accompagne. Ces années confirment à la fois la

¹⁶³ « Évolution de la législation sur les Appellations d'origine – Genèse des Appellations contrôlées », J.Capus, INAO, 1947.

stabilisation institutionnelle et politique de l'INAO, et son fort ancrage professionnel dans la filière viticole.

La réforme de l'INAO du 9 janvier 1967

La réforme de 1967 consacre, en quelque sorte, le renforcement de la tutelle du ministère de l'Agriculture sur l'Institut. C'est une réforme importante en ce sens qu'elle illustre le nouveau positionnement du gouvernement en matière de politique agricole, de protection des appellations et d'exportation. Outre un volet structurel, qui voit en particulier la création des comités régionaux, la réforme de 1967 a pour objet de modifier le fonctionnement de l'Institut et le contrôle exercé sur ses activités. Ainsi nomme-t-on un Commissaire du Gouvernement et un agent comptable. De même, un règlement intérieur approuvé par le ministre de l'Agriculture fait son apparition. Si rien ne vient officiellement trancher l'épineuse question du statut d'établissement privé avec une mission de service public, ces derniers éléments le font nettement tendre vers un statut d'établissement public, ce qu'il finira par devenir en 2006.

Enfin, un troisième volet concerne son positionnement stratégique, souhaité par le ministère de l'Agriculture et le gouvernement, en matière de régulation économique (des AOC)

La loi du 2 juillet 1990

La loi du 2 juillet 1990 confirme le succès économique des AOC¹⁶⁴ en élargissant les compétences de l'INAO à l'ensemble de la filière agricole. Ce sera désormais la totalité des secteurs de l'agriculture française qui sont susceptibles de bénéficier d'une appellation spécifique.

La création officielle de l'Union européenne¹⁶⁵ coïncide avec une transformation des dispositifs réglementaires, à travers une harmonisation des appellations nationales vers des appellations européennes. Plus contraignante, l'entrée dans Union européenne lui permet cependant de rayonner et de promouvoir les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine au-delà de ses frontières.

D'une manière générale, les années 2000 voient la montée en puissance de la protection des intérêts français à l'étranger. Le traité du 15 septembre 2005 vise, en particulier, à faire respecter les appellations, notamment à travers les « dénominations d'origine »,

¹⁶⁴ À titre d'exemple, les AOC viticoles représentaient, en 2005, 46 % de la production française, avec 470 appellations, et 80 % du chiffre d'affaires du secteur, soit 11 milliards d'euros.

¹⁶⁵ Traité de Maastricht, signé le 7 février 1992, entré en vigueur le 1^{er} novembre 1993.

entre l'Union européenne et les États-Unis. La manne économique des appellations suscite les envies. La protection des indications géographiques en France, mais aussi désormais dans le monde devient une priorité, devant l'usurpation récurrente des signes d'origine et de la qualité. Le recours à l'origine du produit est essentiel à ce titre pour en défendre la spécificité en France comme à l'étranger.

Le périmètre d'intervention de l'INAO s'étend donc à l'international pour conduire une politique de protection des intérêts français à l'étranger. Son dernier changement de nom en 2006, pour devenir l'Institut national de l'origine et de la qualité¹⁶⁶, est en adéquation avec les deux axes qui fondent sa politique, son intervention : l'origine, autrement dit l'attachement d'un produit spécifique à un territoire, et la qualité, à savoir les standards de qualité qui détermine l'accès à l'appellation. Il reprend, par ailleurs, les missions jusque-là dévolues à la Commission nationale des labels et certifications (CNLC), qui œuvrait à l'identification et la protection des produits agricoles.

L'ensemble de ces mutations – intégration de nouvelles filières de l'agroalimentaire dans un cadre désormais européen – contraint une fois de plus l'Institut à s'adapter et à repenser son organisation administrative, technique et financière. Un plan de modernisation intégrant les nouvelles orientations de l'INAO est mis en place en 2013, et consolidé dans le cadre du contrat d'objectifs 2014-2017.

Enfin, très récemment, en 2016, l'INAO s'est engagé dans un processus d'amélioration de son approche écologique, à travers notamment la rédaction des cahiers des charges rattachés au SIQO.

I. Organisation et fonctionnement

Budget

Le dernier état du budget fourni par l'INAO, en 2015, fait état d'un budget de 23 M€ qui se répartit comme suit :

- 16 M€ proviennent d'une subvention du ministère de l'Agriculture (soit 72 %).
- 5, 29 M€ (23 %) provenant des recettes et droits perçus sur les productions sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

¹⁶⁶ Établissement public sous tutelle du ministère chargé de l'Agriculture.

- 1, 71 M€ (5 %), enfin, en ressources propres (redevances pour le traitement des dossiers de demandes d'autorisation des plantations de vignes en appellation d'origine)

L'institut gère aujourd'hui les appellations de plus de 1100 produits issus de l'agriculture française, dont 361 vins AOP/AOC, 74 vins IGP, 54 IG de boissons spiritueuses, 95 AOP agroalimentaires et 137 produits agroalimentaires sous IGP. Il contribue à la réalisation et au suivi de 400 cahiers des charges de produits Label rouge. Enfin en 2016, avec le Label AB, ce sont plus de 47 000 opérateurs (producteurs, transformateurs, distributeurs et importateurs) qui se sont engagés dans le domaine biologique.

L'activité de l'INAO génère un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros. Près d'un agriculteur sur deux est aujourd'hui concerné par un SIQO.

Organisation

L'INAO compte environ 260 agents, répartis entre un siège social, situé à Montreuil-sous-Bois (93), et des délégations territoriales sur l'ensemble du territoire. L'organisation territoriale de l'Institut se cale sur les terroirs qui font l'objet d'un suivi et d'une protection particulière. L'INAO ne fait pas que délivrer (des certifications et d'attribuer) des signes d'identification de l'origine et de la qualité. Il accompagne les produits et les producteurs, à partir de l'attribution de la certification et jusqu'à son terme éventuel.

Identifier, protéger, contrôler et promouvoir les signes et les dénominations représentent les missions cardinales de l'Institut. Celui-ci organise également des opérations de coopération internationale.

« L'INAO propose la reconnaissance des SIQO produits sur le territoire national, a la responsabilité de leur contrôle avant leur mise sur le marché (contrôle du respect du cahier des charges) et participe à la protection des SIQO. ¹⁶⁷»

À ses côtés, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), au ministère de l'Économie, « contrôle, dans le cadre de ses missions, la loyauté de l'ensemble des signes commercialisés, quelle que soit leur origine (Française, Européenne, pays tiers). Elle s'assure en particulier du respect des règles d'étiquetage communautaires et nationales et de l'absence d'usurpation des noms enregistrés. ¹⁶⁸»

Organigramme

¹⁶⁷ INAO – Contrat d'objectif et de performance 2014-2017 « Origine, qualité et modernité au service des filières et des territoires ».

¹⁶⁸ Ibid.

L'Institut comprend une direction nationale dotée de quatre services – contrôles, juridique et international, territoires et délimitation, administration générale –, auxquels s'ajoutent certaines missions spécifiques – inspection, secrétariat des comités, audit interne, contrôle de gestion, assurance qualité, etc.

Il rayonne sur le territoire métropolitain à travers huit directions territoriales correspondant à huit grandes régions – et quatre pôles par filière agricole – vins, boissons spiritueuses et cidres (les alcools), produits agricoles et agroalimentaires, Label rouge, agriculture biologique.

Par ailleurs, plusieurs instances – comités ou conseils – accompagnent l'Institut dans ses missions d'identification et de contrôle.

Les comités nationaux

Cinq comités nationaux ont, en particulier, la responsabilité d'examiner les cahiers des charges qui leur sont soumis dans leur conformité à la définition du signe, de proposer points et méthodes d'évaluation, ainsi que toute mesure visant à favoriser la qualité du produit, et enfin de proposer la reconnaissance sous signe d'un produit. Ils représentent chacun un secteur agroalimentaire particulier ¹⁶⁹:

- Le Comité national des Appellations d'origine relatives aux vins et aux boissons alcoolisées, et des boissons spiritueuses
- Le Comité national des AOP laitières, agroalimentaires et forestières
- Le Comité national des Indications géographiques protégées, Labels rouges et Spécialités traditionnelles garanties
- Le Comité national des Indications géographiques protégées relatives aux vins et aux cidres
- Le Comité national de l'Agriculture biologique

Des experts, des avocats, des juristes, complètent ce tableau des compétences.

II. **Missions**

A. Certifications

L'INAO dispose d'un certain nombre de compétences pour mener à bien ses missions : des pouvoirs d'administration des dossiers de certification, des pouvoirs d'expertise lui permettant d'identifier les produits et les terroirs susceptibles de recevoir la distinction,

¹⁶⁹ Site internet de l'INAO : <https://www.inao.gouv.fr>.

mais aussi des pouvoirs judiciaires lui permettant de poursuivre en justice les contrevenants à la certification.

Cette triade de compétences et de pouvoirs est indispensable pour permettre à l'INAO de remplir efficacement sa mission. L'efficacité de l'Institut repose fondamentalement sur sa capacité à être compétent tout au long de la chaîne de vie du produit : être en capacité de l'identifier, de le protéger, de lui assigner une protection par l'attribution d'une certification, de le protéger en le défendant contre les tentatives d'usurpation et d'abus de certifications. Son objectif principal d'attribution et de protection de certifications s'articule autour de l'attribution, du contrôle et de l'accompagnement. Les missions se déclinent comme suit :

. Instruction des demandes de reconnaissance sous signes officiels

L'INAO administre les demandes de certification qui lui sont faites, qu'elles soient nouvelles ou à réviser. Sur la base de l'examen du cahier des charges fourni par le mandant, l'INAO fournit un avis motivé, en déterminant notamment qu'il peut être amené à déterminer d'émettre des recommandations sur les conditions de production, ainsi que sur la zone de production. Il accompagne les porteurs de projet tout au long du processus et participe au suivi économique des produits sous signes officiels.

. Protection des signes et des dénominations

Mission centrale de l'organisme, et qui représente le second volet de la protection agissante, l'INAO, aidé en cela par la diplomatie française et un réseau international d'avocats, protège en France comme à l'étranger les signes officiels des tentatives d'usurpation et de détournement. Il veille ainsi au respect de l'intégrité et de la notoriété des certifications, en s'appuyant sur les procédures européennes et internationales.

. Supervision des contrôles des signes officiels

L'INAO supervise les dispositifs de contrôle mis en place pour chacun des signes officiels. Le Conseil des agréments et des contrôles, à l'INAO, est responsable de la nature et des principes mis en place pour le contrôle. Il émet des avis portant sur l'agrément des organismes indépendants auxquels il lui revient de contrôler le respect des cahiers des charges. Ces derniers effectuent leur mission sur la base d'un plan de contrôle, déposé par le bénéficiaire du signe, et validé préalablement par l'INAO.

. Délimitation des zones de production et protection des terroirs

L'expertise scientifique de l'INAO s'applique quand il s'agit d'identifier et de délimiter les zones de production, dans le but d'établir une AOC/AOP ou une IGP. Une approche

pluridisciplinaire est favorisée, croisant la géologie, la pédologie, l'agronomie, l'histoire, la géographie, mais aussi la sociologie et l'ethnographie. Par ailleurs, l'INAO dispose d'un pouvoir de consultation lorsqu'un projet d'aménagement ou tous autres travaux impliquent un territoire protégé par une appellation.

. Coopération internationale

Dès 1937, le CNAO intègre dans ses préoccupations et ses enjeux une dimension internationale. Parmi les souhaits émis par le Comité dans ce domaine, figure notamment la création d'un inventaire des appellations d'origine, ainsi que l'élaboration d'un code international des vins, l'ensemble conduit sous le contrôle de l'Organisation internationale de la Vigne et du Vin (OIV).

À partir des années cinquante, et sous la présidence du Baron Le Roy qui présidera également l'OIV, le CNAO tente de sensibiliser le monde à la défense des AOC, en insistant sur la dimension universelle de l'appellation.

À la fin des années soixante, commence le dialogue avec la Commission européenne¹⁷⁰ qui aboutira à la reconnaissance des AOC par l'Europe.

Très tôt donc, le CNAO revendique deux axes fondateurs de sa mission : communiquer sur les normes et défendre les intérêts des AOC sur le plan international, y compris en revendiquant une volonté politique d'influencer les accords commerciaux signés entre la France et l'étranger.

Dans le cadre de la promotion et de la protection à l'étranger des signes officiels de l'origine et de la qualité (SIQO), l'INAO pose une série de gestes pédagogiques afin d'expliquer les principes de sa politique. L'INAO estime en particulier que son expérience dans le domaine de la protection des produits agricoles et agroalimentaires, ainsi que les retombées économiques, sociales et territoriales afférentes sont en mesure de répondre aux enjeux rencontrés par d'autres pays. Susciter le débat à l'international permet, notamment à travers le partage d'expériences (juridiques, économiques, techniques, etc.), de faire connaître et respecter les produits et les terroirs français. Il permet également d'aider les pays intéressés à la mise en place de leur propre politique de protection des produits agricoles.

¹⁷⁰ Créée le 16 janvier 1958, à l'issue du Traité de Rome (25 mars 1957), la Commission européenne est l'une des principales institutions de l'Union européenne.

Des actions à l'étranger ou en direction de l'étranger sont également conduites par l'INAO en partenariat avec le ministère de l'Agriculture : accueil de délégations étrangères, conférences, séminaires, actions de coopération, etc.

Afin de répondre aux enjeux d'une stratégie d'influence développée par le ministère de l'Agriculture, l'INAO a défini des orientations destinées à guider l'ensemble de la politique de protection des signes officiels à l'international. Il s'agit d'identifier les pays susceptibles d'abriter des contrefaçons ou des usurpations des signes français officiellement protégés, ou les pays présentant un potentiel particulier de collaboration, afin de nouer des partenariats et d'établir une culture de partage et de respect réciproque des certifications. L'INAO s'appuie pour ce faire sur un réseau d'experts sous la coordination du service juridique et international de l'Institut.

La stratégie prospective et engagée de l'INAO dans ce domaine, à travers notamment la sensibilisation des gouvernements et des structures professionnelles à l'international par le biais de la coopération, dévoile toutefois les pans d'une véritable bataille à l'œuvre.

Face notamment aux nouveaux pays producteurs (États-Unis, Australie, Nouvelle-Zélande, Chili, Afrique du Sud) pour lesquels la libéralisation de la production et des échanges est le maître mot, l'INAO, et à travers lui la France, se trouve aujourd'hui en butte aux critiques sur son prétendu protectionnisme. Pourtant cette stratégie de préservation, voire d'augmentation de la valeur des produits, qu'ils soient ou non exportés, lui donne encore, à ce jour, raison.

Parmi les orientations prises par l'INAO dans son contrat d'objectif et de performance 2014-2017, on note d'ailleurs une attitude prospective forte en direction des partenaires étrangers, dans le but notamment de mieux cibler « les produits à promouvoir dans le cadre des accords bilatéraux et multilatéraux¹⁷¹ ».

La défense des appellations françaises dans les accords commerciaux internationaux semble être une priorité de l'INAO qui s'appréhende bel et bien comme une « bataille idéologique ».

. Information sur le dispositif des signes officiels

¹⁷¹ INAO – Contrat d'objectif et de performance 2014-2017 « Origine, qualité et modernité au service des filières et des territoires ».

Enfin, l'INAO poursuit une politique de communication et d'information à destination du public et des acteurs intéressés, et il assure depuis 2010 des formations, notamment en direction des collectivités territoriales.

B. Certifications

L'INAO gère désormais six certifications, dont la grande majorité est européenne.

L'Appellation d'origine contrôlée (AOC)

Première d'entre toutes, l'Appellation d'origine contrôlée (AOC), créée en 1935, permet d'identifier un produit à travers dans sa relation à son milieu. Les étapes de fabrication doivent obéir à un savoir-faire identifié et reconnu et être réalisées dans la même zone géographique. La combinaison du milieu physique, biologique avec une communauté humaine et ses savoir-faire traditionnels est au cœur de la spécificité d'une AOC. Un cahier des charges est nécessaire pour en fixer l'ensemble des composantes.

L'AOC répond aux critères de l'appellation d'origine protégée, qui en est la traduction européenne. En France, hormis pour le vin, l'AOP remplace l'AOC depuis 2012, dès lors qu'il s'agit d'un produit enregistré en Europe.

L'Appellation d'origine protégée (AOP)

Dans le cadre de l'harmonisation européenne des signes officiels de qualité, souhaitée par la Commission européenne, les AOC ont désormais pour pendant européen les appellations d'origine protégée (AOP). De même, les labels régionaux ont pour équivalents les indications géographiques protégées (IGP). Depuis 2002, AOP et labels régionaux ne peuvent désormais exister sans être rattachés automatiquement à une AOP ou une IGP. L'harmonisation européenne des signes officiels ne semble toutefois pas entièrement satisfaire les plus petits viticulteurs et leur approche plus respectueuse de l'environnement.

L'Indication Géographique Protégée (IGP)

Créée en 1992 par l'Union européenne, l'Indication géographique protégée concerne les produits alimentaires dont au moins l'une des étapes de fabrication (production, transformation, élaboration) a été réalisée dans la zone géographique affichée par le produit. Depuis 2009, elle se rattache aussi aux vins. Comme l'AOP, l'IGP doit répondre à un cahier des charges, toutefois contrairement à elle, les ingrédients composant le produit ne doivent pas nécessairement provenir de la région concernée ni mettre en valeur un savoir-faire artisanal de producteurs locaux.

En vertu du droit européen, l'INAO se soumet désormais, depuis 2008, aux procédures européennes et internationales relatives à la protection des AOC/AOP et IGP.

La Spécialité traditionnelle garantie (STG)

Créée en 1992 par l'Union européenne, la Spécialité traditionnelle garantie fait référence à une composante ou à un mode de production traditionnel du produit. Elle peut concerner un produit agricole ou une transformation alimentaire de produit (à l'exemple de certaines bières de type lambic, au jambon serrano, à la pizza napoletana, etc.). Contrairement aux AOP, les STG n'ont pas l'obligation d'être reliées à un terroir. Elles ne font aujourd'hui l'objet d'aucune certification en France, mais plusieurs dossiers sont actuellement en cours d'évaluation.

L'Agriculture biologique (AB)

L'Agriculture biologique ne s'attache ni à un terroir ni à un savoir-faire traditionnel. Elle représente une approche globale de gestion agricole et de production alimentaire, fondée sur le respect de la biodiversité, du bien-être animal et des ressources naturelles. Elle conjugue les pratiques environnementales les plus poussées à un mode de production le plus sain et le plus naturel possible, que ce soit au travers des substances ou des procédés utilisés. Elle est issue du Règlement (CE) N°834/2007 du [Conseil de l'Union européenne](#).

Le Label rouge

Le Label rouge est un signe créé en 1960 par la loi d'orientation agricole¹⁷² en réaction à l'industrialisation croissante de l'agriculture française. Il a notamment pour origine une intense mobilisation de la filière avicole soucieuse de mettre en place un type d'élevage plus respectueux de la qualité, à travers une approche de l'élevage plus traditionnelle et moins soumise au rendement. C'est à l'issue de cette mobilisation que fut créée la Commission supérieure de la qualité des produits agricoles et alimentaires, par arrêté du 14 août 1964. Issu des filières de la volaille, le Label rouge s'étendra par la suite à de nombreux produits agroalimentaires, mais également à certains produits non alimentaires (sapins de Noël, gazon, dahlias, roses, géraniums, etc.).

¹⁷² Loi n° 60-808 du 5 août 1960 d'orientation agricole.

Il est redéfini par la suite en 2006¹⁷³ pour devenir en France un label de qualité et intégrer l'INAO. Il devient également, à partir de ce moment, une marque commerciale de l'Union européenne.

C. Les types d'inconduites régulées par l'INAO

L'INAO veut prévenir plusieurs types d'inconduites dans le domaine agricole et agroalimentaire, en France comme à l'international. Depuis les premières crises de la fin du XIXe siècle jusqu'à nos jours, les inconduites ciblées par l'INAO ne se recoupent que partiellement. Si les dangers reliés aux fraudes massives du marché intérieur et à la surproduction ont été réglés progressivement à partir de 1935, la surveillance du respect des standards de qualité est toujours d'actualité sur le marché français, après attribution du signe, l'INAO accompagne et contrôle donc le produit au cours de son existence afin de s'assurer de son respect aux standards de qualité édictés par le signe. Cependant, l'actualité nous montre encore la nécessité de l'exercice d'un contrôle vigilant sur ce type de fraude en France, comme l'illustrent très bien ces tout récents soupçons de fraude massive qui auraient permis de faire passer des vins du Languedoc pour des AOC du Bordelais¹⁷⁴.

D'autre part, sur le plan national et international, l'INAO veille à ce que les appellations ne fassent pas l'objet de détournement de notoriété ou d'usurpation. L'Institut est aidé en cela par le réseau de la diplomatie française, un réseau international d'avocats, le réseau des professionnels de l'agroalimentaire, etc.

III. Philosophie de gouvernance de l'INAO

A. Les différents acteurs de la gouvernance

La situation particulière de l'INAO à travers le mandat que lui confie l'État français explique en partie le recours à une double gouvernance associant les pouvoirs publics et plus de 200 professionnels dans ses instances. L'INAO se tient précisément à la jonction de l'intérêt national et de la défense d'une multiplicité de filières du monde agricole et agroalimentaire. L'Institut a donc développé une double gouvernance associant les pouvoirs publics et plus de 200 professionnels. Dans le but d'impliquer les acteurs du monde agricole et agroalimentaire, l'INAO collabore systématiquement et le plus en

¹⁷³ Loi n° 2006-11 du 5 janvier 2006 d'orientation agricole.

¹⁷⁴ France3 Régions <https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/herault/montpellier/vins-du-languedoc-vendus-bordeaux-nouvelle-plainte-confederation-paysanne-1436515.html>

amont possible avec ces derniers pour la réalisation et le suivi des projets. Cette philosophie de gouvernance a pour objectif ultime de favoriser une agriculture de qualité et des territoires productifs et vivants.

Aux côtés de la direction nationale de l'établissement, un Conseil permanent a la responsabilité de la politique générale, du budget et des orientations stratégiques. En introduisant au sein même de la direction une instance favorisant le dialogue, l'INAO souhaite établir une gouvernance tournée vers l'intérêt général et sur la base du consensus. La gouvernance de l'INAO fait également une place importante à l'expertise des dossiers, que ce soit sur le plan juridique, technique ou professionnel.

Les cinq comités nationaux ont la responsabilité d'évaluer et d'approuver les cahiers des charges qui leur sont soumis, ainsi que leurs modifications. Parallèlement aux cinq comités nationaux, 13 comités régionaux (CRINAO) délivrent des avis sur les dossiers qui leur sont soumis sur leur territoire.

Enfin, le Conseil des agréments et contrôles régit de manière transversale les agréments délivrés aux organismes chargés des contrôles et approuve les dispositifs de contrôle proposés à cet effet.

Chaque session tenue par une de ces instances nationales permet de rassembler plusieurs types de population tous investis à divers titres dans la protection des signes officiels de qualité et d'origine : des experts professionnels, des consommateurs, des chercheurs, ainsi que des représentants des administrations concernées.

Présidents et membres de ces instances sont nommés pour cinq ans par arrêtés ministériels.

L'Institut fournit aussi son expertise, dans un cadre plus large, sur l'information à donner au public ou pour la rédaction de textes réglementaires liés à la production agricole et pouvant affecter les signes officiels.

Comme le dit très bien Florian Humbert dans la conclusion de sa thèse portant sur *L'INAO, de ses origines à la fin des années 1960 : genèse et évolutions du système des vins d'AOC*¹⁷⁵: « ... la spécificité du système de défense et de promotion de la qualité des vins fins français, élaborée sous l'égide du CNAO puis de l'INAO et traduite par la norme des AOC, ne peut être saisie qu'à travers son épaisseur historique. Construction progressive, mais non linéaire, parfois contestée, faite de ruptures et d'accélération, elle est avant tout caractérisée par les multiples jeux de pouvoirs lui donnant corps, variables dans le

¹⁷⁵ Florian Humbert. *L'INAO, de ses origines à la fin des années 1960 : genèse et évolutions du système des vins d'AOC*. Histoire. Université de Bourgogne, 2011.

temps et selon les espaces envisagés. » Elle interroge « aussi bien les configurations générales des relations entre le monde vitivinicole et l'État que les rapports de force à l'œuvre au sein des différents vignobles... »

Les AOC, fers de lance de la politique de l'INAO et d'une protection pensée en France, aujourd'hui européenne, ont réussi à devenir les outils efficaces de la lutte contre les fraudes et les usurpations d'appellation, en même temps qu'ils défendent une vision de la qualité de la production viticole et des appellations d'origine.

Sources

Site Web de l'INAO : <https://www.inao.gouv.fr>.

INAO – Contrat d'objectif et de performance 2014-2017 « Origine, qualité et modernité au service des filières et des territoires ».

« Évolution de la législation sur les Appellations d'origine – Genèse des Appellations contrôlées », J.Capus, INAO, 1947.

Florian Humbert. L'INAO, de ses origines à la fin des années 1960 : genèse et évolutions du système des vins d'AOC. Histoire. Université de Bourgogne, 2011.

Portail Archives Numériques et Données de la Recherche (PANDOR) – Fonds de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO)
<https://pandor.ubourgogne.fr>

France3 Régions

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/herault/montpellier/vins-du-languedoc-vendus-bordeaux-nouvelle-plainte-confederation-paysanne-1436515.html>

Lois et décrets

Loi du 6 mai 1919 relative à la protection des appellations d'origine

Loi du 22 juillet 1927 tendant à compléter la loi du 6 mai 1919 relative à la protection des appellations d'origine

Loi du 4 juillet 1931 sur le statut viticole

Loi du 13 janvier 1938, dite « Loi Chouffet »

Décret-loi du 30 juillet 1935 relatif à la défense du marché des vins et régime économique de l'alcool

Décret du 15 mai 1936 portant sur les AOC Arbois, Cassis, Châteauneuf-du-Pape, Monbazillac et Tavel

Loi n° 60-808 du 5 août 1960 d'orientation agricole

Traité de Maastricht, du 7 février 1992

Loi n° 2006-11 du 5 janvier 2006 d'orientation agricole