

**Les rendez-vous de la Qualité en Normandie
17 novembre 2009 - Caen**

**La création de valeur par la qualité dans les
filières agoralimentaires**

Egizio VALCESCHINI

Economiste

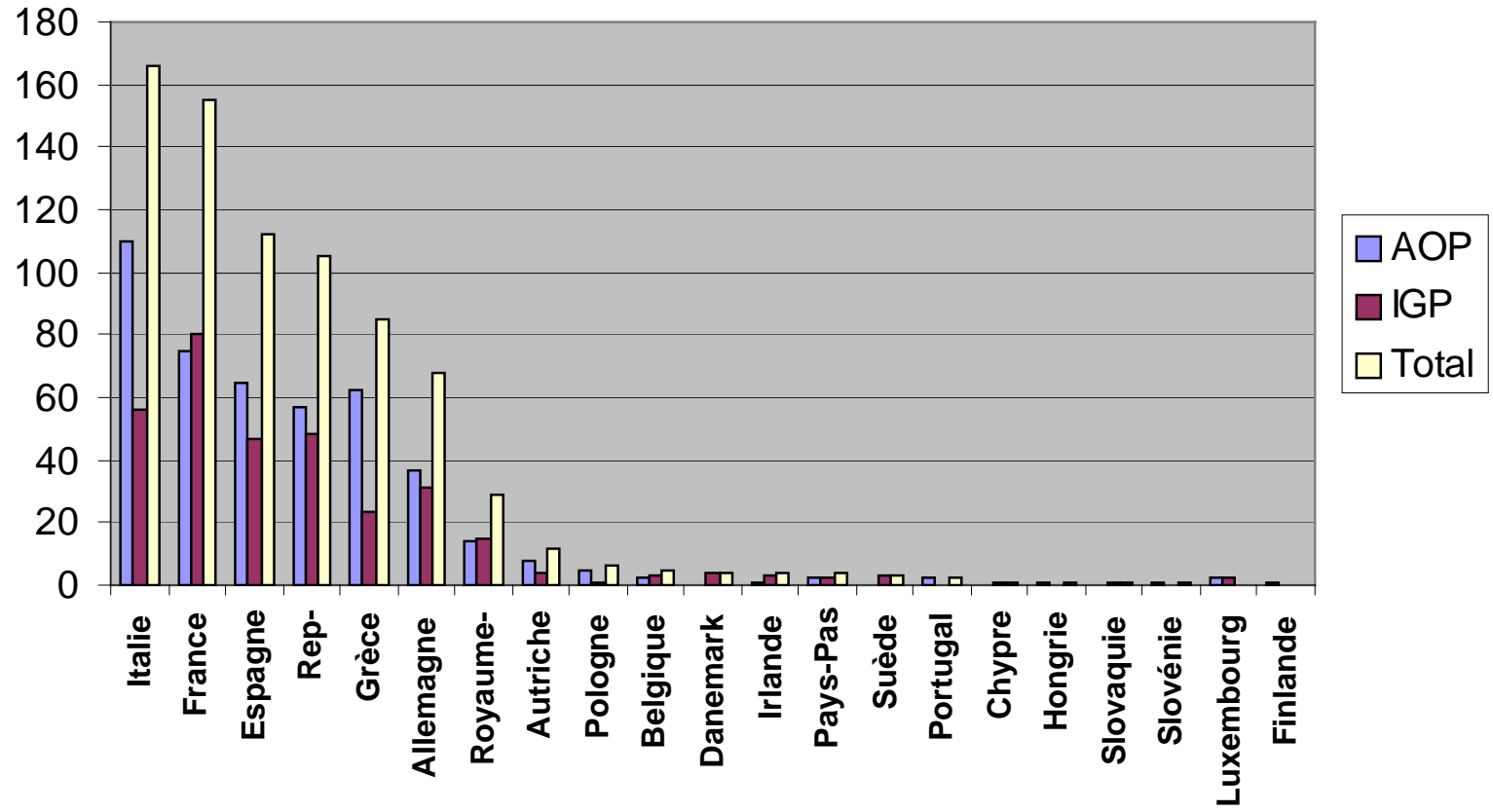
Directeur de recherches à l'INRA

Représentant français au *Standing Committee on Agricultural Research*

egizio.valceschini@paris.inra.fr

Nombre d'IGP et d'AOP par pays

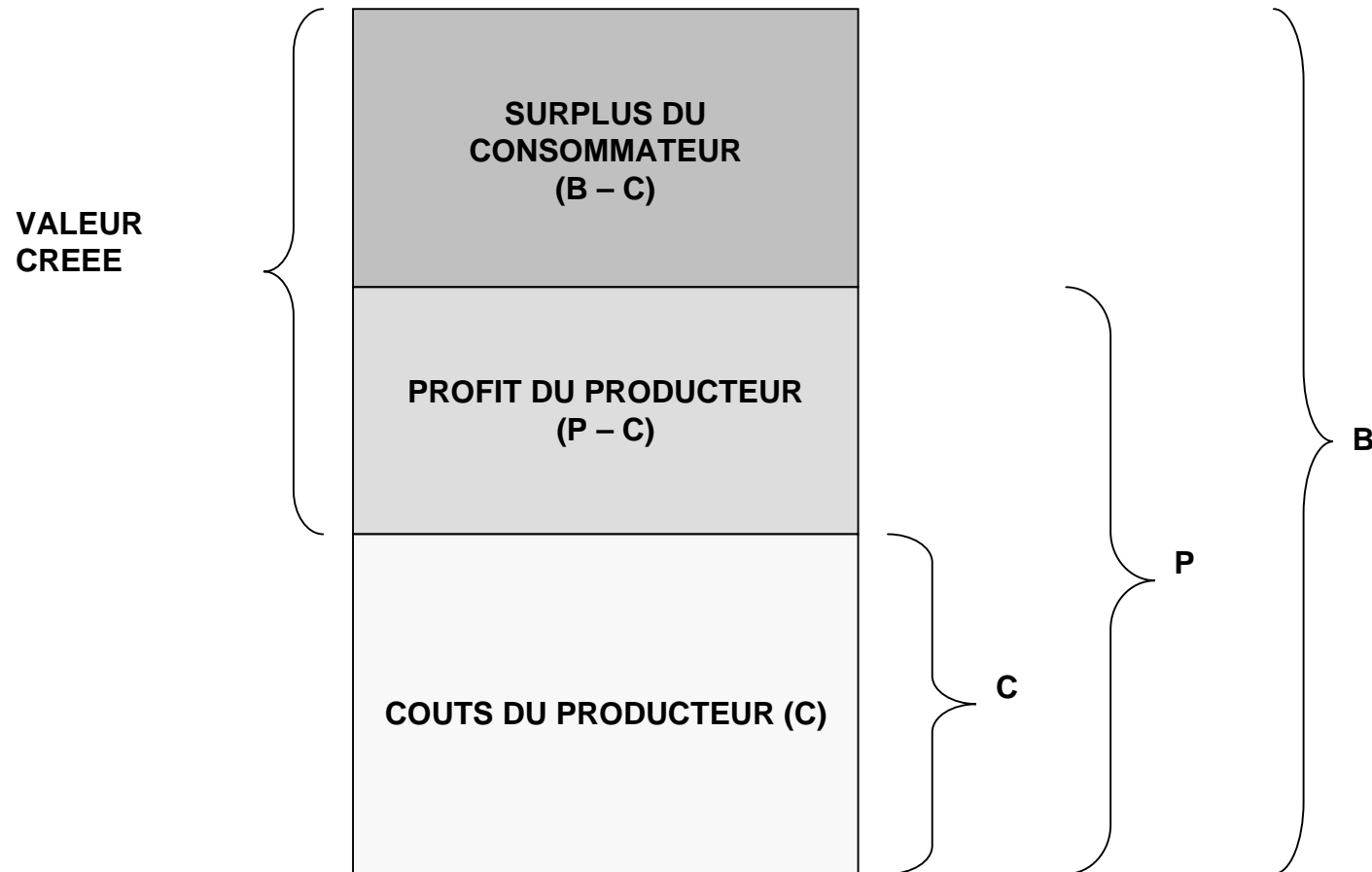
(source EU 2008)



QU'EST- CE QU'UNE STRATEGIE DE QUALITE ? LA DIFFERENCIATION...

- **Au niveau marché : perception consommateurs**
 - Investissements affectés à information et à signalisation (étiquetage, publicité...) et à mise à disposition (modes de distribution...)
- **Au niveau production : caractéristiques des produits**
 - Investissements affectés à qualification (technique : référentiels techniques, juridique : dépôt de brevet...), innovation technologique, dispositif de contrôle (assurance –qualité, certification...)
- **Valoriser différences et particularités liées à la localisation des facteurs de production (travail...)**
 - **Création d'actifs spécifiques (non redéployables sans coûts)**

Rente de différenciation : valeur créée dans une filière



Pourquoi et comment les stratégies de différenciation par l'origine sont efficaces ?

D'où vient la valeur d'une dénomination d'origine ?

- **la fonction de signal de qualité permet à dénomination d'origine...**
- **...de « vendre du territoire » à travers le marché des produits alimentaires !**
- **...du développement durable ?**

Produit et dénomination d'origine

Caractéristique d'origine

- produit final n'est pas d'abord défini par ses caractéristiques propres (ses propriétés intrinsèques)
- mais principalement par des caractéristiques environnant le produit

Ces caractéristiques concernent le territoire

- localisation, conditions agro climatiques et environnementales, pratiques et savoir-faire, règles de production, manières de consommer.

Démarches qui mettent en avant :

- « typicité » ou origine géographique des produits (appellation d'origine,...)
- spécificités modes de production (Agriculture biologique,...)
- particularités du mode de commercialisation (« commerce équitable »,...)
- singularité d'un mode de consommation (« lait frais cru »,...)
- etc.

La différenciation par l'origine

Signalisation de l'origine repose sur trois contrastes voire trois oppositions

- Local/universel**
- Singulier (original)/standardisé (uniforme)**
- Information/connaissance (éducation, expérience)**

Une compétition sur deux fronts

Pertinence : capter l'intérêt clients

- choisir les caractéristiques pertinentes
- fournir « équipement cognitif »

Crédibilité : garantir la fiabilité de l'information

- organisation filière et locale
- certification
- traçabilité : dispositif de transport et de transfert d'information

Pertinence de l'origine comme signal de qualité

- **Résumé de savoir culturellement partagé producteurs/consommateurs**
 - Relation étroite, de longue date ou de proximité (géographique, de valeurs,...)
- **Consommateurs usagers des produits**
 - Compétences par rapport à usage des produits
 - jardinage, art d'acheter (marchés plein air, à la ferme,...), art de cuisiner, art de manger (gastronomie), art de voyager (tourisme),...

Quelles perspectives pour les signes officiels de qualité et d'origine ?

Enseignes de distribution ont développé stratégies de signalisation

- **marques propres (MDD) : imitation marques fabricants**
- **marques de qualité : imitation certification d'origine**

Pilotage filières par distributeurs ?

- **réactivité : modifier rapidement standards qualité**

Absorption certifications officielles par gammes industriels ou distributeurs ?

- **« Filières Qualité » Carrefour, « Reflets de France », compétition vins appellation et vins cépage,...**

Certifications d'origine : fin de la valorisation du territoire ?

- **Crises sanitaires et crises de confiance alimentaire favorables à certifications officielles**
- **Aujourd'hui retournement**

Relèvement standard production et perte en différenciation

- intégration dans gammes industriels image de tradition, artisanal,...
- amélioration des niveaux de qualité organoleptique produits industriels
- conjugaison objectifs d'hygiène et de goût
- certification et traçabilité s'étendent à tout amont agricole différenciation par amont dominée par la différenciation aval

Retrouver de la différenciation ?

Attentes sociétales dans registres écologique et environnemental

- protection nature et paysage, préservation ressources naturelles, biodiversité, bien- être animal, ...
- émergence figure citoyen- consommateur : exemple du « commerce équitable », des OGM,...

Une nouvelle norme de consommation autour du lien alimentation-santé

- aliments fonctionnels, allégations nutritionnelles

Réforme des certifications officielles de qualité

- une nouvelle ère ?

ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA CHAÎNE DE VALEUR

