

# *Agriculture, Alimentation et Espaces Ruraux*

Cahiers du Conseil général  
de l'agriculture, de l'alimentation et des espaces ruraux

1<sup>er</sup> trimestre 2009

cahier n° 9

## *Territoires et produits sous signes de qualité*

Exemples  
Contre-exemples  
Conflits et débats



En marche vers la fête de l'AOC « Fin gras du Mézenc »

## Éditorial

Quel consommateur n'est pas resté perplexe devant un vaste plateau de fromages ? Aux multiples formes, couleurs, odeurs et saveurs différentes, s'ajoute un panel de noms, dénominations, appellations digne d'un bottin, qui l'interpelle. La même perplexité l'aurait frappé devant un rayon des vins : diversité des formes de bouteilles (Bordeaux, Bourgogne, Jura, Alsace...), des habillages (étiquettes, contre-étiquettes, collerettes...) et toujours beaucoup de noms, d'appellations... Parmi ce foisonnement de signes, finalement, quels sont ceux qui indiquent l'identité et la qualité du produit ? À qui profitent ces signes : aux consommateurs, aux producteurs, aux filières ou bien aux territoires ?

Les enjeux économiques forts au sein des filières ne manquent pas de soulever des controverses entre les différents acteurs. Cela les conduit à solliciter régulièrement des missions de médiation et de bons offices auprès du Ministère et du Conseil général : l'objectif recherché est de permettre à chaque acteur de travailler de façon efficace et cohérente pour le bien commun de toute la filière et des territoires concernés. À partir de ces expériences et d'autres accumulées à l'occasion de missions antérieures par le Conseil général, il est apparu opportun de creuser la problématique du développement des territoires ruraux et des produits sous signe de qualité : bien des questions méritent d'être soulevées. Ce numéro spécial des Cahiers du Conseil général est donc consacré au thème « Territoires et produits sous signe de qualité ».

Dans un contexte économique marqué par la globalisation, les indications géographiques les plus enracinées dans leurs terroirs semblent constituer des réponses efficaces pour lutter durablement contre les délocalisations des productions agricoles et des produits agro alimentaires. En conservant la valeur ajoutée dans les zones et sur les sites de production, elles concourent à préserver et souvent à amplifier les dynamiques territoriales locales. Mais ces réflexions méritent encore d'être confrontées aux réalités

Les articles présentés n'ont pas la prétention d'être exhaustifs. Ils proposent, à partir de quelques exemples symboliques, de mettre le doigt non seulement sur des réussites incontestables, mais également sur des questions qui peuvent interpeller un certain nombre d'idées reçues. Les articles, sous la plume de leurs auteurs, se veulent avant tout une contribution au débat d'idées qui anime en permanence ce domaine complexe.

Le récent livre vert de la Commission européenne « sur la qualité des produits agricoles : normes de commercialisation, exigences de production et systèmes de qualité » est aussi abordé dans cette perspective.

La conclusion, toute provisoire, sera naturellement nuancée : « du meilleur usage des signes de qualités ».

Yves Van Haecke  
Président de la section

« Aménagement et développement des territoires »

## Signes officiels de qualité : quelques chiffres<sup>1</sup>

### 561 AOC différentes en France

Appellation d'origine contrôlée

474 pour les vins et alcools

(chiffre d'affaires : 14 milliards d'euros)

48 pour les produits laitiers (2 milliards d'euros)

39 pour divers produits agroalimentaires :

fruits et légumes, huiles d'olive, viandes, miels, produits de la pêche, condiment, fourrage, huiles essentielles...

Les AOC concernent 90 000 exploitations agricoles.

80 IGP Indication géographique protégée concernent 25 000 exploitations agricoles et 1 milliard de chiffre d'affaires.

### 348 produits sous Label rouge

dans 50 000 exploitations agricoles (1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires)

AB On dénombre également 11 600 exploitations qui pratiquent l'agriculture biologique.



Logo de l'AOP



Logo de l'IGP



Logo de l'agriculture biologique

### Sommaire

- ▶ Éditorial
- ▶ Le Fin Gras du Mézenc
- ▶ Productions porcines de qualité
- ▶ L'AOC Comté
- ▶ Camembert de Normandie
- ▶ AOC – IGP en Bourgogne
- ▶ Conflits AOC – IGP laitières
- ▶ Le livre vert de la Commission
- ▶ Oenotourisme
- ▶ Circuits courts : survivance du passé ou vent nouveau
- ▶ En conclusion

<sup>1</sup> Source SCEES 2006 ; chiffres non-communiqués pour les STG (Spécialité traditionnelle garantie).  
AAER cahier spécial – 1<sup>er</sup> trimestre 2009



## Un territoire, un produit d'exception, des volontés : l'aventure du « Fin gras du Mézenc »

par Yves Van Haecke

### Un PER<sup>2</sup> lui apporte les moyens d'une nouvelle ambition

Le massif du Mézenc (lire l'encadré ci-contre) n'a pas de reconnaissance administrative ; il est à cheval sur trois départements et deux régions. Dans les vingt dernières années, associations, élus locaux, éleveurs, successivement, ont pris conscience que cet effacement institutionnel pouvait être le prélude à un effacement réel. Seule une action touchant l'ensemble du massif pouvait le sauver du déclin définitif.

### Un produit d'exception

Les travaux réalisés notamment par l'association des Amis du Mézenc mettaient en évidence le rôle éminent permanent de l'élevage comme élément structurant, non seulement l'économie locale, mais aussi les paysages et l'ensemble de la société et de sa culture. Il a été compris que le « Fin gras » était la clé de tout. L'engraissement hivernal au foin est à l'origine d'une qualité exceptionnelle de la viande de bœuf issue des races locales. Cet **engraissement hivernal au foin** représente **une particularité exceptionnelle** qui en fait sans aucun doute l'atout essentiel d'un développement territorial pour l'ensemble du massif.

Ce choix était un pari. L'association des élus du massif du Mézenc s'est créée en mars 1995 pour faire du projet « Fin gras » la première des actions qu'elle initierait. Pour les représentants du territoire, ce projet, destiné à valoriser le travail des éleveurs, avait une vertu fédérative forte car il était fondé sur l'interaction intime entre le produit et le terroir.

Ce projet était en même temps un vrai projet culturel susceptible de dynamiser en profondeur le territoire.

Les retrouvailles des éleveurs avec le « Fin gras », c'était la perspective d'une revalorisation de leur métier fondée sur le retour de savoir-faire enfoui dans une mémoire qui pouvait devenir défaillante, et la chance d'inviter les citadins à retrouver ces valeurs humaines et culturelles.



Fête du « Fin gras du Mézenc » : défilé des bœufs de Pâques



Fenaion dans le massif du Mézenc

### Un territoire particulier

Le Mont Mézenc est le point culminant de toute la bordure orientale du Massif central, du Morvan à l'Aigoual en passant par les Cévennes et le Mont Lozère. À 1754 mètres d'altitude, il est à la charnière de deux ensembles distincts :

- à l'ouest et au sud, de vastes plateaux correspondant au très haut bassin versant de la Loire ;
- à l'est, le vaste cirque des Boutières, au relief tumultueux et original marqué par les fameux sucus du Mézenc, et dont les nombreuses rivières descendent alimenter le Rhône.

L'ensemble du massif se distingue par des paysages diversifiés, d'une grande beauté, et dont le point commun réside dans l'ampleur des nombreux points de vue.

Ce massif est donc une montagne particulière au sein d'autres montagnes.

Le massif du Mézenc se trouve à la confluence de trois influences climatiques ; l'influence océanique y est modeste ; l'influence continentale y est, en revanche, beaucoup plus présente ; l'hiver est particulièrement long ; la saison végétative particulièrement courte (moins de 150 jours à 1200 m) ; le printemps furtif, l'été sec malgré des orages, l'automne indien ; l'influence méditerranéenne y est déterminante pour le Fin gras ; c'est elle qui permet la fenaion à haute altitude ainsi que le séchage sur pré.

Cela fait de ce massif un lieu étonnant où le merle de roche, oiseau méditerranéen, côtoie l'été le merle à plastron, oiseau nordique.

Si les foins pouvaient être récoltés jusqu'au plus haut du massif et séchés sur pré, on ne pouvait pas, bien entendu, en transporter des quantités considérables sur des distances trop grandes. Il a donc fallu rapprocher l'habitat des prés, du foin. Au cours des siècles, on a donc assisté à la lente montée de l'habitat à la poursuite des foins les plus aromatiques.

<sup>2</sup> Pôle d'excellence rurale, 2006

En mai 1996 était créée l'Association « Fin gras du Mézenc », à l'initiative des éleveurs mais avec la présence dans ses statuts, dès l'origine, des autres acteurs de la filière, des élus, des associations locales soucieuses de la valorisation du patrimoine. Dès le départ, l'objectif a été de faire du « Fin gras » non pas seulement un projet de filière mais le premier outil du développement local du massif.

## Une AOC vivante

L'AOC par sa notoriété, par ses critères d'obtention (un terroir, un savoir-faire, une tradition, un lien au terroir, une typicité) était la voie royale et la seule voie envisageable. L'AOC a été officialisée en 2006 (décret du 1<sup>er</sup> septembre 2006).

Produit de la tradition, le « Fin gras » est aussi dans son temps : le cahier des charges résulte tant des usages que des apports de la recherche contemporaine. La mise en place d'une traçabilité systématique, la reconnaissance du lien au terroir grâce au laboratoire des saveurs de l'INRA (laboratoire de Theix), la mise en place d'un véritable « service après-vente » par les éleveurs témoignent d'un esprit d'innovation peu commun. Les résultats économiques du « Fin gras du Mézenc » placent ce produit 25 % au-dessus des cours des produits analogues.

Les effets en terme de structuration des acteurs sont considérables : l'intensification des relations entre éleveurs a renforcé leur cohésion et leur dynamisme ;

les professionnels du tourisme, en particulier les prestataires d'activités nature, ont pris le même chemin en s'organisant au niveau du massif pour proposer des produits et professionnaliser leurs démarches ; ces dynamiques font bouillir de neige grâce à l'implication permanente des élus ; la fête annuelle du Fin gras du Mézenc est devenue le rendez-vous majeur du massif, culturel, ludique et convivial, qui renforce l'identité locale et engendre d'autres dynamiques. À l'extérieur (salons, foires, supports de communication...), le « Fin gras » est devenu l'ambassadeur du massif du Mézenc.

## Le PER 2006

Aujourd'hui il est important de pouvoir élever la communication à la hauteur exigée par la nouvelle notoriété du « Fin Gras ».

Le but est également d'élargir la gamme de produits et de recettes typiques dans l'esprit du Mézenc.

Tel est l'objet du Pôle d'excellence rurale (PER) agréé par les pouvoirs publics en 2006 :

- aménagement-embellissement de la Maison du Fin gras du Mézenc ;
- signalétique et communication commune dans tous les points d'accueil et touristiques ;
- recherche et expérimentation de nouveaux produits ;
- consolidation de la notoriété : accueil en résidence de grands chefs.

## Les productions porcines de qualité : quel impact territorial ?

par Alain Escadre

Face à l'hégémonie des productions porcines du grand Ouest rivalisant sur les marchés européens, les autres régions tentent de sauvegarder leurs élevages en qualifiant leurs produits transformés par des signes officiels de qualité, avec la question récurrente du choix entre AOC (Appellation d'origine contrôlée) et IGP (Identification géographique protégée).

Fin 2007, le préfet du Tarn sollicitait auprès du Conseil général une mission de médiation : en effet, les salaisoniers de Lacaune étaient divisés quant à l'avenir du dossier AOC jambon de Lacaune qui permet de bien illustrer cette problématique.

### Jambon de Lacaune : le dilemme AOC Parme ou IGP Bayonne

Initié en 1995, le dossier AOC jambon de Lacaune, présentait de nombreuses similitudes avec celui du jambon de Parme AOC à ses débuts en 1963. La zone de production des porcs concernait principalement le Tarn, l'Aveyron ainsi qu'une partie du Lot et du Tarn-et-Garonne, soit l'équivalent de trois départements. La zone de transformation et d'affinage était limitée aux deux cantons tarnais de Lacaune et Murat sur Vèbre. La production relevait de cinq groupements de producteurs et la transformation de neuf salaisoniers. Le jambon prétendant à l'AOC était obtenu à partir de jambons d'une dizaine de kilos, séchés naturellement au moins neuf mois. Après plus de **douze ans d'efforts**, les deux plus gros salaisoniers se retiraient de la démarche faisant chuter la

production annuelle de 40 000 à moins de 5 000 jambons alors que l'INAO (Institut national des appellations d'origine) avait acté fin 2002 le principe de reconnaissance en AOC, et que la phase finale de délimitation de la zone était engagée.

Par ailleurs, ces deux salaisoniers revendiquaient pour Lacaune la mise en place d'une IGP jambon de type Bayonne associée à une IGP saucisses et saucissons, avec des cahiers des charges moins contraignants et des porcs plus légers, moins coûteux à produire.



Saucissons de montagne en rayon de supermarché

Fin 2007, face à cette situation conflictuelle et après la médiation du Conseil général, les représentants des éleveurs et des salaisoniers favorables à l'AOC ont retiré leur demande.

En 2008, une nouvelle démarche IGP « jambon, saucisse et saucisson de Lacaune » a été initiée avec une zone de production beaucoup plus large, sensiblement identique à celle du jambon de Bayonne, soit les 22 départements du grand Sud-Ouest.

## IGP en grands bassins limites et incertitudes sur leur avenir

En ce sens l'évolution du dossier Lacaune relève d'une démarche propre aux autres régions positionnées sur des IGP avec de très grandes zones d'approvisionnement, tel le « jambon sec de l'Ardèche » avec 31 départements du grand Centre-Est, soit un tiers des départements français, et une zone de transformation réduite aux communes de la zone de montagne du seul département de l'Ardèche.

De fait, il s'agit de projets portés en priorité par des salaisoniers de zones de transformation traditionnelles, souvent situées en montagne, dont la typicité des produits est beaucoup plus liée à leurs savoir-faire qu'à la provenance de leurs approvisionnements, même avec des courants commerciaux anciens. De plus, les jambons produits dans ces conditions se rapprochent dangereusement de produits basiques élaborés avec les mêmes techniques dans des zones beaucoup moins défavorisées. Dans ce cas, le développement local profite essentiellement aux quelques communes ou cantons qui abritent les industries de transformation, alors que la production est atomisée au sein de grands ensembles multi-régionaux.

## Démarche AOC sur zones restreintes plus confidentielle et porteuse d'avenir

Contrairement aux nombreuses démarches IGP salaisons, les filières jambon Noir de Bigorre et jambon Corse se sont orientées dans la voie des AOC.

### L'exemple corse.

Le porc corse est le fruit d'une sélection encadrée par l'INRA (Institut national de la recherche agronomique) de Corte depuis plusieurs années.

Le mode d'élevage traditionnel est très original ; il s'apparente à celui des porcs noirs



ibériques. Il est de type pastoral sur d'immenses parcours où les porcs sont laissés en liberté. La finition se fait traditionnellement par pacage dans les maquis de chêne vert et dans les châtaigneraies.

Les jambons sont produits et affinés en altitude dans les zones d'élevage. Le poids économique de la filière est inférieur à un million d'euros, avec un jambon qui est à classer dans les produits de luxe comme le « Pata nègre » ibérique.

## Quels territoires pour les AOC et les IGP ?

Les exemples précédents font apparaître clairement un gradient dans la liaison des productions porcines avec leur terroir, avec pour extrêmes l'AOC jambon corse et l'IGP jambon de Bayonne. Le positionnement du curseur entre AOC et IGP n'est pas neutre pour les territoires. La jurisprudence attendue de l'Union européenne sur les IGP en cours devrait aider à orienter les choix de l'INAO et des porteurs de projets.

La Commission devrait carrément proposer de s'affranchir des zones de production pour les IGP et limiter celles des AOC à leurs terroirs historiques. Le récent arrêt du Conseil d'État sur la rosette de Lyon confirme cette

## Rosette de Lyon

### décision en annulation du Conseil d'État

Considérant qu'il ressort du cahier des charges homologué par l'arrêté interministériel attaqué du 29 mars 2005, que la délivrance de l'indication géographique protégée est notamment subordonnée à la circonstance que les viandes de porc utilisées pour la fabrication de la rosette et du jésus de Lyon proviennent d'élevages situés dans une zone A [région Sud-Est de la France], dont doivent être issus les porcs charcutiers, et dans une zone B [région Sud-Est ainsi que Bretagne et Pays de Loire] dont doivent être issues les cochons, et que ces dispositions relatives à la définition de l'aire d'approvisionnement sont reprises par l'arrêté interministériel attaqué du 18 juillet 2006 portant homologation d'un cahier des charges modifié sur d'autres points ; qu'il ne ressort cependant pas de ces documents, ni d'aucune des pièces des dossiers, qu'il existe une relation entre la provenance géographique des animaux et la qualité de la viande utilisée et qu'il est d'ailleurs mentionné que le produit aujourd'hui communément appelé « rosette et jésus » est fabriqué avec des viandes de porcs importés d'Allemagne ou des Pays-Bas ; que, dès lors, et sans qu'il soit besoin d'examiner les autres moyens invoqués à l'encontre des arrêtés attaqués, les requérants sont fondés à soutenir que ces arrêtés des 29 mars 2005 et du 18 juillet 2006 homologuant le cahier des charges sont entachés d'une erreur manifeste d'appréciation affectant les conditions exigées pour bénéficier de l'enregistrement de l'indication géographique protégée « rosette et jésus de Lyon », et à en demander pour ce motif l'annulation.

interprétation. Si cette option est retenue, seules les AOC seront en mesure de permettre un maintien voire un accroissement d'une activité agricole durable capable de participer à un réel développement local.

## Perspectives économiques et impacts territoriaux divergents à terme entre AOC et IGP

Dans l'immédiat, la filière française de salaisons sous signe officiel de qualité sera dominée par l'IGP Bayonne qui représente plus d'un million de jambons. Les IGP en cours d'instruction se situent nettement en dessous de ces volumes, alors que les AOC ne représenteront que quelques pour cent de la production nationale.

À moyen terme, l'impact territorial des IGP restera au mieux diffus pour les productions qui réussiront à se maintenir. Il devrait être plus net dans les zones de transformation à condition que la compétitivité des salaisoniers permette de palier les handicaps liés aux difficultés d'accès et à l'éloignement des zones de production et de consommation.

Pour les AOC, bien que concernant des territoires assez restreints, l'impact territorial actuel restera faible tant que les volumes de production limités par les débouchés ne décolleront pas. Cependant, à terme il ne faut pas exclure des perspectives beaucoup plus dynamiques que pour les IGP.

Ainsi le développement exponentiel de l'appellation jambon de Parme entre 1963 et aujourd'hui, avec près de dix millions de jambons et un chiffre d'affaire de huit cent millions d'euros par an, témoigne du fort potentiel de croissance des AOC lorsqu'elles sont de qualité et fortement exportatrices. C'est aussi le cas des jambons ibériques qui ont connu un développement comparable au jambon de Parme, grâce à leur percée sur les marchés internationaux de luxe.



## Quand une AOC fromagère dynamise son territoire : l'exemple du Comté

par Gilbert Pernin

L'intégration totale de la filière « [Comté](#) » sur son territoire – ce qui est certainement unique dans les AOC fromagères – a permis de maintenir un tissu économique fort dans le massif jurassien. Le succès de cette production, qui a façonné l'économie de toute une région, ne doit pas occulter les difficultés qui pointent à l'horizon et que les responsables de la filière essaient d'anticiper en mobilisant les outils qui sont à leur disposition.



### Impact économique sur son territoire

#### Le maintien de l'emploi : une priorité

En considérant qu'une exploitation laitière de la zone AOC emploie l'équivalent de deux personnes à plein temps, on peut estimer à 6 000 le nombre d'unités de travail annuel sur les exploitations. En ajoutant les emplois dans les ateliers de transformation, chez les affineurs et les pré-emballeurs, ainsi que les agents des organismes techniques, le total atteint environ 7 600 personnes actives dans la filière.

En comparant ce chiffre aux autres secteurs d'activité de la région comtoise, on peut affirmer que la filière du Comté est le deuxième employeur privé de la région derrière le groupe Peugeot SA qui génère 20 000 emplois.

#### La valeur ajoutée : retour vers l'amont

Le lait à Comté est mieux rémunéré que le lait standard, environ 15 à 20 % de plus. Ce différentiel de prix a permis le maintien d'exploitations laitières rentables, malgré des charges de production plus élevées. Une étude, réalisée en 2003 par le ministère de l'agriculture et de la pêche, montrait que la rentabilité des exploitations de lait à Comté était de 32 % supérieure à celles des exploitations de Franche-Comté situées hors AOC. L'originalité et la force du Comté résident dans la transformation du produit, atomisée en de nombreuses unités qui maillent son territoire. Un équilibre subtil de pouvoir entre les différents acteurs donne – contrairement à d'autres productions – un poids certain aux producteurs. Cette atomisation ne peut perdurer que grâce à un cercle de ramassage du lait limité à 25 km de l'atelier et à l'organisation collective des producteurs. Cette implication forte dans la transformation fromagère a permis d'entretenir un solide lien collectif entre le produit et son territoire.

## Le Comté

### Une identité affirmée - un caractère bien trempé

Le Comté est un fromage au lait cru à pâte pressée cuite. Son terroir couvre environ 2 300 km<sup>2</sup> du massif calcaire jurassien - région de moyenne montagne - et s'étend sur les départements du Jura et du Doubs, une partie de l'Ain et quelques cantons de Saône et Loire.

Les vaches de races montbéliarde et simmental sont les seules autorisées pour la production du lait à Comté dans des exploitations qui pratiquent un élevage extensif. L'alimentation des animaux se compose essentiellement d'herbe pâturée en été et de foin en hiver. L'ensilage d'herbe et de maïs y est interdit. La productivité laitière est plafonnée à 4 600 litres de lait par hectare de surface potentiellement fourragère (SPF).

Le chargement du cheptel laitier d'une exploitation ne peut être supérieur à 1,3 UGB (Unité de gros bétail) par hectare de SPF ; mais dans la réalité, il tourne autour d'un ratio de un, résumé par « un hectare par vache ». La filière emploie environ 7 600 personnes et fédère 3 200 exploitations familiales, 167 fromageries, dont la plupart sont des « [fruitières](#) », et 19 maisons d'affinage dont certaines appartiennent à de grands groupes (Entremont, Lactalis).

Le Comté a obtenu la première AOC fromagère le 17 juillet 1958. C'est donc l'âge respectable de 50 ans que la doyenne des AOC fromagères vient de fêter à l'automne dernier.

Le Comté est également la première AOC avec environ 50 000 tonnes produites par an pour un chiffre d'affaires de 260 millions d'euros en 2007.

### Une filière très structurée

La filière est fortement structurée autour d'un syndicat interprofessionnel – le [CIGC](#) (Comité interprofessionnel du gruyère de Comté) – créé par décret du 11 juin 1963. Le Comité assume les fonctions de promotion, de défense des intérêts de la filière, d'animation et de recherche. Le Comité comprend un bureau et quatre commissions spécialisées. Les producteurs, qui ont leur propre collège, pèsent donc fortement sur les orientations et les décisions du Comité, contrairement à d'autres productions fromagères sous signe de qualité.

Le CIGC est doté d'un budget de 6,4 millions d'euros et emploie 15 salariés dont deux chercheurs basés au sein du site de l'INRA (Institut national de la recherche agronomique) de Poligny. L'École nationale de l'industrie laitière (ENIL) sert également de laboratoire grandeur nature pour des expérimentations sur le Comté.

L'impact économique local est conséquent : en effet, sur une livraison de lait d'un peu plus de 10 millions d'hectolitres pour la campagne 2007-2008 en Franche-Comté, provenant de plus de 4 500 producteurs, les ateliers à Comté en ont collecté 6,25 millions et en ont transformé un peu plus de 5 millions (source CIGC – Comité interprofessionnel du gruyère de Comté – chiffres 2008).

### Un choix délibéré pour la 1<sup>ère</sup> transformation

Des restructurations importantes ont eu lieu dans les années 70 avec une crise de la filière et un regroupement des ateliers de première transformation. Leur nombre a diminué de moitié entre 1975 et 1995. Il est maintenant stabilisé autour de 167 entreprises.

La taille de ces ateliers reste cependant modérée, en raison des conditions de production que la filière s'est fixées pour l'aire de collecte du lait et le nombre de cuves dans chaque atelier : un minimum de deux et un maximum de cinq par « fromager », avec une capacité maximum de 5 000 litres chacune. Ce choix délibéré contribue au maintien d'une densité rurale harmonieuse. Le statut coopératif est toujours prépondérant dans la plupart de ces structures en raison précisément des règles de production fixées par la filière.

### Un secteur « affinage » en recomposition

À l'origine, la production du Comté ne comprenait que deux étapes : la production du lait en fermes, puis la fabrication et l'affinage des meules à la fromagerie du village dénommée le plus souvent la fruitière. L'allongement de la durée d'affinage (parfois jusqu'à 36 mois, voire plus) a nécessité d'importants capitaux immobilisés, tant en meules qu'en caves d'affinage. Cette situation a permis à des entreprises spécialisées de prospérer en assurant le service d'affinage pour le compte des fruitières.

La notoriété du Comté a, depuis le début des années 1980, attiré de grands groupes industriels dans ce secteur de l'affinage (Entremont, Ermitage). On compte à ce jour au total une vingtaine de maisons d'affinage.



La fruitière de Passavant (Doubs) collecte le lait de ce village, celui de Chazot et d'autres villages des environs soit au total près de quatre millions de litres de lait par an pour 22 coopérateurs.

### Une dynamisation des ventes

Tout en s'insérant dans le mode de production local, ces entreprises d'envergure nationale ont permis, avec de nouveaux capitaux, le développement de nouvelles méthodes de distribution, comme le Comté préemballé. Elles ont ainsi largement contribué à « sortir » ce fromage, vendu traditionnellement à la coupe, de sa région de production. Il n'en demeure pas moins que les opérations de découpe et de pré emballage doivent être effectuées dans l'aire d'appellation.

À la fin des années 90, près de 85 % de la production de Comté était vendue par la grande distribution. Ce phénomène a permis d'étendre la commercialisation du produit à tout le territoire national. De nouveaux modes de consommation sont apparus avec le développement du fromage préemballé et la vente de fromage râpé.

Le Comté tente également de gagner des parts de marché à l'étranger, en Europe (Allemagne, Espagne), mais également vers des pays tiers (États-Unis et Japon notamment).

La production, qui a atteint pratiquement 50 000 tonnes en 2007, a progressé de 7 % au premier trimestre 2008 (source : agreste Franche-Comté ; numéro 2 – juin 2008). Ce chiffre est à rapprocher de la production d'autres fromages à pâte pressée cuite, soit sous AOC comme le beaufort (5 000 tonnes), ou industriel comme l'emmental (250 000 tonnes), dont 22 000 tonnes seulement sont fabriquées en Franche-Comté, essentiellement sous le label rouge « grand cru ».

### Développement durable de son territoire

#### Le Comté et le maintien de l'élevage extensif

L'élevage de type extensif utilise plus de la moitié de l'aire d'appellation : 66 % dans le Doubs et 52 % dans le Jura. Ce système fait la part belle aux surfaces en prairies permanentes qui couvrent 70 % de la surface agricole utile (SAU) du massif jurassien.

La valorisation de la prairie permanente à flore variée – spécifique à la montagne du Jura – participe au maintien de la biodiversité domestique végétale ; les producteurs souhaitent aller encore plus loin en valorisant certains « crus » (secteurs prairiaux caractérisés par des composantes physiques et une flore spécifique). Toutefois, le défi majeur de ces systèmes herbagers est leur grande sensibilité à la sécheresse estivale et aux ravages occasionnés par les campagnols. L'accroissement de la taille des exploitations dans la zone à Comté conduit à une spécialisation entre les prairies de fauche, proches de l'exploitation, et les pâturages dans les zones plus éloignées.

L'implantation de cultures transgéniques est interdite sur toutes les surfaces d'une exploitation produisant du « lait à Comté ». Cette interdiction s'étend pour toute espèce végétale susceptible d'être donnée en alimentation aux animaux de l'exploitation et toute culture d'espèce susceptible de les contaminer.

En matière d'impact environnemental des élevages producteurs de lait à Comté, on constate la faible utilisation de produits d'origine phytosanitaire ; de même, l'usage d'additifs alimentaires à risques, antibiotiques notamment, y est nettement plus faible que dans des systèmes laitiers plus intensifs.

Par ailleurs, pour bénéficier de la totalité des ICHN (Indemnité compensatrice de handicap naturel), les éleveurs doivent se conformer aux bonnes pratiques agricoles et avoir globalement un chargement inférieur à une UGB par ha. Au niveau de la fertilisation des sols, plus de 80 % des exploitations reçoivent une fumure inférieure à 35 unités d'azote/ha/an.

Enfin, dans un pays de montagne où tout a une valeur, depuis toujours le lactosérum ou petit lait a servi d'alimentation liquide des porcs, eux-mêmes à la base d'une filière de salaisonnerie sous signe de qualité : saucisses de Morteau et de Montbéliard, jambons fumés du Haut-Doubs.

## Le Comté : un produit touristique et durable

Depuis 2002, plus d'un million de visiteurs ont fréquenté les fermes, les fruitières et les caves d'affinage. Ces activités, annexes à la production du fromage, ont permis de maintenir des centaines d'emplois permanents dans le massif jurassien. L'ouverture des « [routes du Comté](#) » permet également d'accueillir nombre de touristes à la belle saison. La vente directe du fromage par la fruitière représente un volume important. La production de Comté a donc incontestablement des effets induits sur la fréquentation touristique du massif jurassien.

Afin de profiter d'une source d'énergie proche et abondante, certaines unités de transformation ont décidé d'utiliser les déchets de l'exploitation forestière pour la chauffe de leurs cuves et tenter ainsi de réduire la facture énergétique dans la fabrication du produit.

## Enjeux et perspectives d'avenir

### L'impact de la politique agricole commune

La Commission européenne veut aller vers un démantèlement progressif des quotas laitiers avec leur disparition en 2013. Cette décision aura un fort impact sur les productions laitières à haute valeur ajoutée. La filière Comté est tout à fait consciente de ces enjeux pour la pérennité de son système de production en vigueur aujourd'hui. Les projections sur l'impact de l'augmentation des surfaces herbagères pour la production de lait à Comté montrent qu'au-delà d'une augmentation de 10 %<sup>3</sup> le système n'est pas rentable ; par ailleurs, le nouveau système aurait des conséquences induites sur le maintien d'un élevage extensif, sur les pratiques agro-pastorales, avec une augmentation de la pression sur l'environnement et un



Troupeau de montbéliardes : retour de pâturage pour la traite du soir

risque accru de pollution des nappes phréatiques, de réduction de la biodiversité et de fragilisation du système fourrager. Une hausse de la production risque également d'aboutir à un seuil critique pour la recherche de nouveaux débouchés, notamment sur les marchés extérieurs.

Les réflexions sur le bilan de santé de la PAC (Politique agricole commune) et les perspectives après 2013 devront prendre en compte les outils financiers à privilégier pour maintenir des systèmes herbagers productifs dans les zones défavorisées : abandon des paiements « historiques », modulation des aides du premier pilier de la PAC, utilisation de l'article 68 du règlement européen, augmentation des aides liées aux mesures agro-environnementales...

### Maîtrise de l'offre en économie concurrentielle

La pratique des plans de campagne instaurée par la profession en 1996 risque de se heurter aux principes de libre concurrence et de régulation des prix par le marché. La DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) a d'ailleurs retardé jusqu'en septembre dernier la publication du règlement technique d'application de l'AOC Comté, pris en vertu du [décret](#) du 11 mai 2007 relatif à cette AOC.

Un produit sous AOC, haut de gamme et cher à produire, comme le Comté, ne peut pas affronter sans conséquence pour son identité des situations d'excès de production par rapport à la demande. Le risque est en effet élevé qu'une surproduction entraîne une baisse des prix, un moindre respect du cahier des charges et donc une dégradation probable des pratiques de qualité qui font la notoriété de ce fromage.

La maîtrise de l'offre a bien été reconnue aux productions sous signe de qualité par la loi d'orientation agricole du 6 janvier 2006 (article 73), mais cette prérogative est admise difficilement, tant en France par la DGCCRF que par la Commission européenne.

Les professionnels de la filière réfléchissent à un mécanisme de régulation qualitative de l'offre qui se rapprocherait de celui des AOC viticoles : une limitation des rendements de la production de lait par hectare. Dans ce cadre, le CIGC travaille à amender son propre cahier des charges, comme le décret AOC lui permet, en plafonnant la production de lait à 4 600 litres/ha de SPF, ou moins selon les années, et en identifiant au sein de l'aire sous AOC des surfaces strictement agréées Comté.

<sup>3</sup> Source : Chambre d'agriculture du Doubs lors de l'assemblée générale de la FNAOC (Fédération nationale des appellations d'origine contrôlées) à Besançon le 4 septembre 2008.



## Regard expert

Interview de Jean-Paul Narjolle

Propos recueillis par Gilbert Pernin

### **Peut-on affirmer que l'AOC Comté a permis de maintenir une agriculture viable en moyenne montagne jurassienne ?**

J.P. Narjolle : Oui, sans aucun doute ; la production de « lait à Comté » est un modèle de développement agricole stable sur le territoire jurassien. Elle a permis, en effet, à la fois de garantir un revenu aux éleveurs, grâce à un prix du lait supérieur de 20 % en moyenne au prix du lait standard, et de maintenir des prairies permanentes, alors qu'elles ont fortement régressé sur le reste du territoire.

Avec le Comté, nous sommes en présence d'un exemple de développement durable qui associe bien les trois piliers :

1- une fonction économique avec le maintien de plus de 3 000 fermes de « lait à Comté » viables dans un massif de moyenne montagne ;

2- une fonction sociale avec la préservation d'une vie rurale pérenne grâce au réseau des 170 unités de transformation que sont les fruitières, et les activités d'affinage qui regroupent une vingtaine d'entreprises ; globalement, plus de 7 000 personnes vivent du Comté ;

3- une fonction environnementale avec le maintien de prairies permanentes, grâce à la pratique d'un élevage extensif, la préservation de la biodiversité et des paysages typiques de prés-bois du Jura.

### **Quels sont les facteurs clés du succès de cette production fromagère et de l'activité économique intégrée qui tourne autour de la filière ?**

J.P.N. : Le succès provient du fait que les trois acteurs - producteurs, transformateurs et affineurs - sont solidaires entre eux. On peut affirmer que ces acteurs sont « condamnés » à faire vivre leur filière. D'ailleurs, les éleveurs jurassiens se considèrent comme des « producteurs de Comté » et pas seulement comme de simples fournisseurs de matière première ; c'est révélateur ! Il y a une forte appropriation culturelle, fruit de la longue histoire du Comté qui plonge ses racines au Moyen-Âge. Les acteurs se sont donné les moyens de préserver un niveau d'exigence de qualité en s'imposant un cahier des charges très strict, régulièrement amendé. L'AOC Comté est une propriété collective et personne ne peut et ne doit en dégrader l'image.

### **Quel regard portez-vous sur la gouvernance de la filière ?**

J.P.N. : Le pilotage à travers le Comité interprofessionnel du gruyère de Comté (CIGC) est exemplaire avec une organisation en collèges : producteurs, transformateurs et affineurs. Contrairement à la plupart des autres filières fromagères, l'amont est très impliqué dans la gouvernance. Il y a un pilotage permanent, tant d'un point de vue économique, technique que scientifique. Des travaux de recherche sont conduits avec l'unité de l'INRA et l'École nationale de l'industrie laitière implantées à Poligny dans le Jura, à proximité du siège du CIGC. Il existe un système de veille technologique performant.

### **Quels sont éventuellement les handicaps et les faiblesses de la filière Comté ?**

J.P.N. : avec 50 000 tonnes de production moyenne annuelle, le Comté n'est pas un produit de « niche » ; c'est la première production fromagère sous AOC en France.

Jean-Paul Narjolle

Ingénieur général du génie rural, des eaux et des forêts au Conseil général de l'agriculture, de l'alimentation et des espaces ruraux.

Il a été Directeur régional de l'agriculture et de la forêt de Franche-Comté de 2000 à 2005 et commissaire du Gouvernement auprès de la filière Comté pendant cette période.

Dans ces conditions, peut-on encore augmenter la production, tout en maintenant le différentiel de prix du lait à Comté par rapport au lait standard ?

On assiste également à des accords de gestion avec des groupes laitiers (Lactalis, Ermitage...) qui ont leurs centres de décision hors de la zone d'appellation. Ne risque-t-on pas d'aller vers une déposition de la filière par ces nouveaux acteurs, d'autant plus que l'on rencontre des difficultés pour remplacer les présidents de fruitières qui arrivent à l'âge de la retraite ? En raison des contraintes imposées pour le rayon de collecte de lait, 25 km maximum de l'unité de transformation, les fruitières se maintiendront, mais la gouvernance risque progressivement de glisser hors de son territoire d'origine.

### **Comment percevez-vous l'avenir de la filière Comté, dans le cadre de la révision de la politique agricole commune et, notamment du démantèlement progressif des quotas laitiers ?**

J.P.N. : actuellement, les exploitants sous AOC occupent en moyenne 60 % de la surface agricole utile de l'aire d'appellation. En cas de desserrement ou de suppression des quotas, comment réagiront-ils sur les surfaces disponibles ? Voudront-ils augmenter leurs livraisons de « lait à Comté » avec le risque qu'un volume important de lait n'entraîne une production massive de Comté et, par-là même, une baisse des cours ou bien les volumes de lait supplémentaires iront-ils vers d'autres productions concurrentes ?

On peut également imaginer que les transformateurs se tournent vers une AOC avec un cahier des charges moins contraignant, comme par exemple la « petite AOC gruyère » qui a vu le jour en 2007 en Haute-Saône, dans le Doubs et en Savoie.

Certes, le système des plans de campagne annuels approuvés par les pouvoirs publics permet de réguler les excès de production par rapport à la demande. C'est un outil efficace qui a fait ses preuves pour le maintien d'un produit de qualité bien rémunéré, mais cette prérogative reconnue aux interprofessions sous signe de qualité par la dernière loi d'orientation agricole risque de se heurter aux droits de la libre concurrence et de la liberté d'entreprise. On l'a constaté, à l'automne dernier, avec la remise en cause, par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, de la fixation d'un prix annuel de référence du lait négocié chaque année entre l'interprofession laitière et les collecteurs.

Si l'augmentation de la production de Comté risque de trouver rapidement ses limites, l'interprofession devrait anticiper ces évolutions et réfléchir à « inventer » d'autres produits fromagers à forte valorisation, mais non concurrents, ou chercher à développer des AOC locales reconnues pour leur qualité, mais qui sont loin d'avoir atteint leur potentiel (exemples : le Bleu du Haut-Jura et le Mont-d'Or).

# Camembert de Normandie

Interview de Charles Perrot par Alain Marcoux

## Histoire d'un fromage bicentenaire le camembert

C'est en 1791 que Marie Harel, fermière à Vimoutiers dans l'Orne, a créé le fromage qui s'appellera Camembert. La petite histoire veut qu'elle ait été aidée par un prêtre réfractaire venu de Brie, ce qui n'est pas confirmé. Il est vrai toutefois que la technologie traditionnelle du Camembert est très proche de celle du Brie de Meaux.

Ce fromage reste exclusivement fermier jusqu'au milieu du 19<sup>ème</sup> siècle, produit très généralement dans de petites fermes. Deux événements importants vont hâter son industrialisation : l'invention de la boîte en bois qui va faciliter son transport, et la création de la ligne de chemin de fer Paris - Normandie permettant sa distribution sur le marché parisien. Il n'est alors produit qu'en Normandie. Le Syndicat des fabricants de camembert est créé en 1906, entre les différents industriels normands. Ce syndicat existe encore aujourd'hui, sous le nom de SNFC (Syndicat normand des fabricants de camemberts) à la même adresse : 82, rue de Bernières à Caen.

Avant la création de l'emballage des fromages en portions individuelles, le format du Camembert en fait un fromage facile à partager en parts individuelles et de ce fait, facilement utilisable en collectivité. C'est probablement la raison pour laquelle il devient pendant la guerre de 14-18 le fromage des tranchées. Ce qui a deux conséquences :

- les quantités fabriquées en Normandie sont rapidement insuffisantes,
- ce fromage devient très connu sur l'ensemble du territoire national et sa consommation va connaître une très forte augmentation après guerre.

La quantité de lait disponible en Normandie ne suffit plus pour alimenter le marché intérieur du Camembert : les industriels normands exportent donc leur savoir-faire dans d'autres régions, d'abord limitrophes puis sur pratiquement tout le territoire. C'est ainsi qu'il s'en fabrique en Pays de Loire, Lorraine, Auvergne...

En 1926, les Normands souhaitent protéger cette appellation et la réserver à la seule Normandie, mais la justice saisie les déboute de leur demande : Camembert devient alors un nom générique, non protégé, non protégeable.

La première protection n'apparaît qu'au début des années 1970, lorsque qu'est créé le label rouge « véritable Camembert de Normandie ». Le syndicat historique devient alors le « Syndicat des fabricants du véritable Camembert de Normandie ».

En 1983, sous l'impulsion forte du directeur de la coopérative d'Isigny et d'un directeur technique du groupe Besnier (groupe laitier qui deviendra plus tard Lactalis) est créée l'appellation d'origine qui prend le nom de « Camembert de Normandie ». Le cahier des charges retenu est très simple, voire simpliste. Il est repris en 1986 pour être complété ; les conditions de la transformation du lait (cru – moulage à la louche notamment) sont alors précisément définies. Par contre, pour la production du lait, aucune contrainte n'est fixée : il suffit qu'il soit produit en Normandie (l'intégralité de la surface des cinq départements haut et bas normands).

Coexistent donc en Normandie le « Camembert de

Normandie » (AOC) et le « Camembert fabriqué en Normandie » (non-AOC). Le syndicat traditionnel prend le nom de SNFC avec deux sections (celle du Camembert AOC et celle du Camembert non-AOC, fabriqué en Normandie).

### Les ferments du conflit

Dans le même temps (1983/1986), une première fracture forte divise les fabricants de l'AOC au sujet du moulage à la louche entre les partisans du moulage traditionnel (les petits faiseurs) et ceux du moulage robotisé (un brevet vient alors d'être déposé par la coopérative d'Isigny, brevet également utilisé par Besnier).

C'est en 1996 qu'apparaît le besoin de préciser le cahier des charges de l'appellation, notamment quant aux conditions de productions du lait. Sous l'égide du SNFC, des discussions difficiles s'engagent alors ; elles sont sur le point d'aboutir en décembre 2006, au moment où la commission d'enquête de l'INAO, chargée du suivi de la rénovation du cahier des charges, doit rendre ses conclusions devant l'instance délibérante de ce qui est encore le CNPL (Comité national des produits laitiers remplacé en 2007 par le CNAOP (Comité national des appellations d'origine laitières, agro-alimentaires et forestières). Cette étape précède de peu la mise en place de la réforme de l'INAO (jusqu'en 2006 : Institut National des appellations d'origine. Depuis 2007 : Institut national de l'origine et de la qualité) et des signes officiels de qualité, qui doit être opérationnelle à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2007. Un incident majeur de séance (une altercation qui a pour objet le maintien ou nom de l'obligation du lait cru), entre deux protagonistes de l'AOC Camembert siégeant au CNPL, ne permet pas à ce dernier de délibérer.

En janvier 2007, alors que la réforme de l'INAO et des *signes officiels de la qualité et de l'origine* se met en place, la révision du cahier des charges de l'AOC Camembert de Normandie est au point mort.

La première obligation découlant de cette réforme est, pour les syndicats de défense des produits AOC, de faire, auprès de l'INAO, une demande d'habilitation en ODG (*Organisme de défense et de gestion*). Producteurs de lait et transformateurs doivent y être à parité. Il ne peut y en avoir qu'un par AOC. Ce que fait bien entendu le SNFC. Or les petits producteurs de l'AOC Camembert de Normandie estiment ne plus être valablement défendus par le SNFC dans lequel un seul opérateur (Lactalis) détient la majorité. Ils créent donc un syndicat dissident et déposent également auprès de l'INAO, au nom de ce syndicat, une demande de reconnaissance en ODG.

La situation, au début du printemps 2007, est la suivante : deux structures représentant des opérateurs de l'AOC Camembert de Normandie sont candidates, l'une, représentant Lactalis et la coopérative d'Isigny - Sainte-Mère (environ 80 % du tonnage 2006 de l'AOC), l'autre représentant les petits et moyens faiseurs (Réaux à Lessay (50), Gillot à St Hilaire de Briouze (61), Graindorge à Saint-Loup de Fribois (14), Leroux à Gavray (50 – très petit faiseur) et Durand à Camembert (61 – seul producteur fermier). Dans le même temps une campagne de presse est déclenchée sur les dangers (ou l'innocuité) supposés du lait cru. Cette campagne atteindra son apogée au moment du *salon de l'agriculture* de mars 2007,

Pour sortir de l'impasse, une médiation est alors mise en place. Elle sera conduite par Jean-Charles Arnaud, président du CNAOP.

## Dans quel contexte s'inscrivait la mission qui vous a été confiée sur le camembert ?

*Charles Perrot* : au début 2007, la rénovation du cahier des charges de l'appellation camembert de Normandie est au point mort en raison des oppositions entre opérateurs (cf. histoire). À la suite d'une médiation menée par Jean-Charles Arnaud, Président du CNAOP (Comité national des appellations d'origines laitières, agroalimentaires et forestières), est alors créée une structure paritaire (producteurs de lait – transformateurs), avec un mode de scrutin permettant une expression équilibrée des différentes opinions et chargée de faire aboutir la rénovation du cahier des charges de cette appellation. Cette démarche aboutit en juillet 2007 au dépôt en préfecture du Calvados des statuts de l'Association de défense et de gestion (ADG) de l'AOC Camembert de Normandie.

À l'instar de ce qui s'était fait en 2004-2005 pour les appellations Cantal et Salers, il est prévu de mettre à disposition de cette association pour en assurer temporairement la présidence, une personnalité neutre, compétente, reconnue par - et connaissant bien - le monde de la transformation laitière. C'est ainsi que, ma candidature ayant été retenue par le bureau du Conseil général début septembre 2007, j'ai été élu président de cette association le 12 septembre 2007 pour une période de 18 mois.

## Qu'est-ce qui avait cristallisé le conflit que vous évoquez ?

*C.P.* : sans hésitation, l'obligation d'utiliser du lait cru pour la fabrication du camembert AOC. Il faut savoir que le camembert AOC est, avec le Brie de Meaux et le Vacherin Mont-d'Or, l'une des trois dernières AOC fromagères, à pâte molle, à maintenir cette obligation. Ajoutons encore que, compte tenu de l'aspect très emblématique de cette production, l'INAO souhaitait absolument maintenir le lait cru.

L'annonce au début de 2007 du retrait de l'AOC Camembert de Normandie de deux entreprises, Lactalis et la coopérative d'Isigny Sainte-Mère, et de leur renoncement à la majeure partie de leur fabrication de camembert au lait cru marque le début de la crise, ces deux opérateurs de la transformation représentant alors plus de 80 % de la production de camembert AOC.

Ce qui est recherché à ce moment là par ces transformateurs, c'est, au motif qu'il est difficile de maîtriser et de sécuriser les processus de fabrication au lait cru, d'obtenir la modification du décret d'appellation pour autoriser le lait thermisé ou micro-filtré.

Les petits et moyens faiseurs ont probablement vu dans la tentative d'assouplissement demandé sur ce point par les deux plus grosses entreprises un risque de perte d'identité. Par ailleurs, le fait que le camembert AOC soit confronté à la banalisation de l'utilisation du mot « camembert », l'INAO a craint, si l'obligation du lait cru était supprimée, la banalisation de cette AOC et le risque de sa disparition au sein de la dénomination « camembert fabriqué en Normandie ».

## Charles Perrot

Ingénieur général du génie rural, des eaux et des forêts au Conseil général de l'agriculture, de l'alimentation et des espaces ruraux.

Charles Perrot assume depuis le 12 septembre 2007, et pour un mandat de 18 mois les responsabilités de président de l'organisme de défense et de gestion de l'appellation d'origine contrôlée « Camembert de Normandie ».



Camemberts de Normandie au lait cru ?  
« p'tête ben que oui, p'tête ben que non »

## Existait-il un contexte particulier favorisant le déclenchement de cette crise à ce moment là ?

*C. P.* : oui ! Ce conflit éclate en pleine réforme des signes de qualité dans laquelle le contrôle passe aux *Organismes de défense et de gestion* (ODG) en lieu et place de l'INAO, les ODG devant regrouper **tous les opérateurs** (transformateurs et producteurs de lait) de l'AOC : depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2007, chaque ODG de chaque signe de qualité géré à l'INAO doit faire l'objet d'une reconnaissance après avis du comité national compétent et c'est cet ODG qui a vocation à proposer des modifications du cahier des charges car il est le seul responsable de la gestion de ce cahier des charges.

## Quels étaient alors les termes de votre mission ?

*C. P.* : le souhait de tous, d'importantes tensions subsistant, était le choix d'un président neutre pour accompagner la phase de lancement du nouvel ODG et en particulier pour conduire les réflexions sur :

- le choix d'un organisme de contrôle de l'appellation,
- l'élaboration du plan de contrôle ou d'inspection,
- l'évolution du cahier des charges de l'appellation.

C'est sur cette base que j'ai été élu à l'unanimité des opérateurs, à la présidence de l'association qui, dans la foulée, a été agréée comme ODG par l'INAO et fin septembre, la directrice de l'INAO me fera parvenir la reconnaissance de cette association en tant qu'ODG de l'AOC Camembert de Normandie.

Mon mandat consistait donc, en respectant la réglementation, à faire adopter par l'ODG le cahier des charges et le plan de contrôle allant avec.

L'assemblée générale de l'*Organisme de défense et de gestion* validera dans sa réunion du 27 septembre 2007 le projet de cahier des charges que j'ai rédigé avec l'aide du responsable de l'antenne INAO de Caen, sur la base des conclusions de la Commission d'enquête du CNPL (Comité national des produits laitiers) de décembre 2006.



Ce projet de nouveau cahier des charges précise, sans bouleversements par rapport à celui de 1986, la technologie de fabrication. Il confirme notamment l'obligation d'utiliser du lait cru (n'ayant subi aucun traitement de sanitation : ni traitements thermiques, ni micro-filtration, ni traitements ayant des effets similaires), et l'obligation de moulage à la louche (en autorisant le moulage robotisé). Il précise en les rendant beaucoup plus exigeantes que par le passé les conditions de production du lait : réduction de la part d'ensilage dans la ration, obligation de pâturage pendant une certaine période, obligation de disposer d'une surface en herbe suffisante et d'accès facile depuis la salle de traite, interdiction d'utiliser l'urée, obligation d'avoir une certaine proportion de vaches de race normande dans le troupeau, réduction de la zone aux seules zones bocagères...).

Ce projet de cahier des charges sera validé par la commission compétente du CNAOP à la mi-octobre 2007 et publié au journal officiel du 3 novembre 2007 pour être soumis à la procédure nationale d'opposition<sup>4</sup>. L'ensemble des courriers reçus par l'ODG dans le cadre de cette procédure a été examiné en assemblées générales le 24 janvier et 22 février 2008. Un avis délibéré, sur chacun de ces courriers, a été transmis à leur auteur.

En résumé, le projet de cahier des charges a été majoritairement confirmé, notamment l'obligation de lait cru, contre l'avis des représentants de Lactalis et de la coopérative d'Isigny Sainte-Mère. Il a même été renforcé, contre l'avis de certains producteurs, en augmentant de 25 % à 50 % l'effectif obligatoire d'animaux de race normande dans les troupeaux.

Début mars 2008, la commission d'enquête du CNAOP-INAO a visité des fermes et des entreprises. Elle a validé le projet. Ce qui a été repris dans une séance délibérante du CNAOP de juin 2008 et a abouti le 18 septembre 2008 à la publication du décret relatif à cette AOC (JO du 19 septembre).

Dans le même temps que ces différentes étapes et en parallèle, l'ODG a choisi un organisme chargé des contrôles. Il fallait en effet choisir soit un organisme de contrôle qui après avoir constaté d'éventuels manquements, prononce des sanctions, soit un organisme d'inspection qui transmette son rapport relatif à ces manquements à l'INAO alors chargé de prononcer les sanctions.

À l'instar des ODG du Livarot et du Pont l'Evêque, l'ODG du Camembert a choisi l'organisme « Ouest inspection ».

Aidé de cet organisme et des services locaux de l'INAO, un plan de contrôle a été élaboré (avec la grille de traitement des manquements validée le 14 octobre).

Ce plan, créé le 20 juin 2008 a été validé par le *Conseil des agréments et contrôles* de l'INAO, une première fois avec réserves, puis - après que l'ODG, lors de son assemblée générale du 2 septembre 2008, en ait tenu compte dans ses propositions modifiées - définitivement le 19 septembre. Ce plan de contrôle est donc celui qui fait foi et s'applique désormais.



Pour la fabrication du camembert AOC, le lait doit provenir de troupeaux dont au moins une vache sur deux est de race normande

### Le cas du camembert est-il singulier ?

*C. P.* : singulier ? Je ne sais pas mais en tout cas original ! Il s'agit d'abord, à mon sens, d'une appellation emblématique, une des rares à avoir maintenu l'obligation du lait cru. Ensuite, le camembert a une histoire originale et son statut actuel en est, bien entendu, tributaire : c'est une vieille spécialité fromagère, née en région, qui contribue avec d'autres à la notoriété fromagère de cette région et dont l'histoire s'étend sur environ deux siècles (le Syndicat normand des fabricants de camembert a été constitué, sous un autre nom, en 1906) mais l'AOC « camembert de Normandie » est, elle, une appellation récente datant de 1983 dont le cahier des charges, une première fois revu en 1986, impose à l'origine comme seules obligations d'utiliser du lait cru et de produire en Normandie (les cinq départements de Haute et Basse-Normandie).

### Que disent les défenseurs du lait cru, pourquoi cet attachement au lait cru ?

*C. P.* : par principe une AOC est fondée sur une aire géographique de production et une recette traditionnelle qui expriment conjointement un lien au terroir et la spécificité d'un savoir-faire. Jusque là, le lait cru était mis en avant pour distinguer l'AOC du *tout venant* comme principal critère distinctif et protecteur permettant de distinguer le « vrai » camembert de ses « succédanés ». Par ailleurs, ces défenseurs affirment que les risques bactériologiques inhérents à ce type de fabrication sont maîtrisés. Cet avis n'est, bien entendu, pas partagé par les opposants à cette obligation.

Ce point, notamment en raison des pratiques rigoureuses d'hygiène à la traite, fait actuellement débat : par exemple, les populations microbiennes « sauvages » (issues du terroir) et technologiquement utiles, à l'origine d'une certaine typicité sont en forte et constante régression. (On lira à ce sujet le rapport du Conseil général relatif à la typicité des fromages au lait cru que j'avais été amené à rédiger en février 2007).

<sup>4</sup> La procédure nationale d'opposition a une durée de 2 mois à compter de la date de parution au journal officiel. Cette période doit permettre à toute personne portant un intérêt légitime à l'AOC concernée (Consommateurs, distributeurs, opérateurs de l'AOC...) d'exprimer par lettre adressée à l'ODG, sous couvert de l'INAO, remarques, avis, oppositions, sur ce projet.

De fait, il y a toujours conflit entre une politique centrée sur la standardisation et la sécurisation des process industriels, et une politique centrée sur le produit fini garantissant cependant l'innocuité au consommateur.

### **Quel impact territorial économique et social direct et induit peut-on envisager ?**

*C. P.* : le premier de ces impacts est ce que d'aucuns appellent la « re-normandisation » du camembert : les producteurs de lait AOC renouent le lien au terroir. Ils ont majoritairement réclamé, et obtenu, malgré les réticences des petits transformateurs - car cela fait peser sur la collecte du lait des contraintes supplémentaires - l'obligation d'augmenter progressivement au moins jusqu'à 50 % les vaches normandes dans les troupeaux producteurs de lait à AOC. À cela s'ajoute, aux termes du cahier des charges, la limitation de la part de concentré et d'ensilage de maïs dans la ration, le renforcement de la part d'herbe, fraîche ou séchée, l'obligation d'une période de pâturage, la suppression de l'utilisation de l'urée comme complément azoté... alors que la zone de production du lait d'appellation se trouve réduite à la partie bocagère des trois départements bas-normands et d'une frange de l'Eure. Par ailleurs, la commercialisation de camembert AOC est passée de environ 13 000 tonnes en 2006 à environ 4 000 t en 2008. Il est donc difficile de considérer dans l'immédiat qu'il s'agit d'une réussite économique. Je pense toutefois que cette diminution devrait être prochainement enrayerée : des signes prometteurs semblent indiquer en effet la volonté des plus gros opérateurs de retrouver progressivement au moins une partie de leur ancienne production.

### **Ensuite on peut se poser la question : est-ce un outil de développement d'une zone rurale déterminée, même sans handicap spécifique ?**

*C.P.* : toutes les zones rurales dans leur dimension agricole ne sont-elles pas à handicap, plus ou moins fort, qu'il faut compenser ?

Il y a un lien solide et vrai entre ce fromage et le territoire : le camembert AOC est un produit à valeur ajoutée réelle et redistribuée, partagée, entre les opérateurs de la filière. Il constitue à mon sens un outil de développement pour la Normandie agricole.

Mais, maintenir ce caractère suppose de trouver le *modus vivendi* qui satisfasse les intérêts partiellement contradictoires des producteurs laitiers, des transformateurs, des négociants.

Avec des questions à résoudre dans la durée : ajuster en quantité et qualité offre et demande par l'action sur le produit comme par l'action sur la demande. Il s'agit de produire de la notoriété et d'utiliser cette notoriété... Tous les produits, dit-on, évoluent pour s'écouler ; dans ces conditions, maintenir la typicité est une démarche contraignante en matière commerciale. Pour les transformateurs, il s'agit sans malthusianisme ni laxisme de répondre à la demande. Pour les producteurs laitiers, il s'agit d'aller au bout de la démarche de lien au terroir qui s'est engagée.

### **Où en sommes nous aujourd'hui en février 2009 ?**

*C. P.* : la diminution des tonnages observée a un impact fort sur l'assiette de recouvrement des cotisations des opérateurs, alors que dans le même temps, la réforme des signes officiels de qualité renchérit considérablement les coûts pour les ODG.

Nous avons donc cherché à mutualiser avec les autres ODG fromagers bas-normands (Livarot et Pont l'Evêque) nos moyens techniques et administratifs afin de faire face aux nouvelles obligations qui découlent de la réforme.

C'est ainsi qu'a été créée, à l'automne 2008, une association de gestion des trois ODG fromagers bas-normands, dont le siège est à l'adresse du syndicat historique et dont j'assume, jusqu'au terme de ma mission, la présidence transitoire.

S'il faut tirer un bilan, je dirai que la discussion, souvent houleuse est close : le décret est paru, les contrôles se mettent en place. Les choses sont claires, pour tout le monde, y compris, bien entendu, pour le consommateur.

### **Enfin pour conclure, que dire du traitement de l'« affaire du camembert au lait cru » dans la presse ?**

*C. P.* : il est remarquable de voir combien elle a été médiatisée ; bien sûr, dans les presses professionnelles concernées ou la presse régionale, en particulier dans les régions dans lesquelles l'agriculture et l'agro-alimentaire constituent des secteurs économiques essentiels, mais aussi dans la presse généraliste nationale, qu'il s'agisse des quotidiens de toutes obédiences ou des magazines ; elle a été médiatisée au-delà de ce qu'on pouvait attendre et cela à mon sens traduit l'importance que revêt aujourd'hui pour le consommateur un débat qui touche à l'alimentation avec tout ce que cela implique en termes de plaisir et de sécurité, de valeur symbolique et de valeur économique...

La presse a été aussi une des arènes de cette crise : elle a traduit les enjeux forts pour les acteurs et le développement de points de vue dont il faudra tenir compte.



Camembert AOC

### Le vin

Le vignoble bourguignon, vignerons et négociants réunis, est de ceux qui ont inventé la notion d'appellation d'origine contrôlée dans les moments où l'authenticité était menacée par les fraudes en tout genre. La réussite en a été fabuleuse, encore que la Bourgogne s'est fait largement distancer par d'autres vignobles, moins scrupuleux ou moins malthusiens. Reste, quand même, que les producteurs de l'Yonne et de Saône-et-Loire, comme ceux de terroirs côtes-d'oriens moins réputés, ont su tirer parti de la dynamique des AOC au cours des dernières décennies, valorisant ici et là des « petits terroirs » jugés tout juste bons, auparavant, à produire des « petits vins » de pays.

Comment décliner un tel succès de long terme, qui a engendré une telle richesse, irriguant jusqu'à la moindre exploitation dans les villages les moins coquets, dans les autres productions traditionnelles qui ne manquent pas dans cette Bourgogne gourmande ? Comment arriver à segmenter les marchés de consommation, comme dans les vins, et faire remonter jusqu'au producteur agricole un peu de valeur ajoutée, « et plus si affinité » ?

### Les fromages

Les appellations fromagères, issues de longues traditions, connaissent des fortunes diverses : succès commercial d'un Chaource et d'un Epoisses, malgré l'accident qui mit en danger ce dernier, caractère confidentiel d'un Soumaintrain, malgré l'étendue, pareille aux autres, de son aire d'appellation. Qu'il s'agisse de filières industrielles ou artisanales, pour les uns, ou essentiellement de vente directe de quelques artisans et fermiers, pour les autres, quel est le bénéfice pour les producteurs agricoles ? Les fermes laitières de la région améliorent leur marge, profitant d'un aval industriel et artisanal, ainsi que de marchés locaux, jusqu'à présent plutôt porteurs ; ces AOC consolident les exploitations qui existent encore grâce à leur technicité et à leur taille, derniers témoins des anciens bassins laitiers, mais elles ne renversent pas la tendance. Les effets globaux sur ces zones rurales sont marginaux.

### Les volailles

Les volailles de Bresse figurent parmi les autres grands exemples d'appellation d'origine en dehors des vins ; pourtant, certains n'hésitent pas à parler d'échec, sauf pour la production festive, le chapon, haut de gamme ; suffirait-il à rémunérer le travail annuel des producteurs ? Les industriels ont très tôt vu l'intérêt de segmenter le marché intérieur de la volaille grâce aux labels, de sortir ainsi du marché saturé du bas de gamme. Quelle peut être la place, dans ces conditions, pour des IGP, avec leur contrainte de zone d'approvisionnement, alors que le consommateur semble se

satisfaire des marques industrielles auxquelles il fait confiance... d'autant qu'elles savent jouer habilement sur des apparences de lien au terroir.

Le relèvement progressif du niveau de qualité, qui a entraîné de nouveaux investissements, a profité néanmoins à bon nombre d'exploitants au cours des années passées, contribuant incontestablement à l'amélioration de leur marge et à leur pérennité. Mais l'impact sur le tissu rural est, le moins qu'on puisse dire, diffus.



Volailles de Bresse sur leur parcours en herbe

### Les viandes

Quelques produits charcutiers bénéficient de l'IGP, tel le jambon persillé ; son aire d'approvisionnement est *grosso modo* le « grand-Est » : difficile de décrire, dans ces conditions, l'impact sur l'agriculture. D'ailleurs, ne devrait-il pas s'agir d'une recette, « STG » (spécialité traditionnelle garantie), plutôt que d'une « IGP » dont on s'est efforcé de délimiter, artificiellement, une zone d'approvisionnement ? Les producteurs bourguignons de porc approvisionnent aussi les transformateurs voisins d'Auvergne et de Franche-Comté dont les productions sont bien plus réputées. Tout cela est de peu d'effet et le nombre de producteurs de porc paraît inéluctablement baisser.

Les difficultés sont au moins aussi grandes en viande rouge, même en production ovine. Les races, vecteurs de traçabilité, constituent depuis dix à quinze ans un support de confiance qui a marqué le marché de la viande bovine, mais elles ne trouvent pas leur traduction dans les labels et les IGP, encore moins dans les appellations. Il est vrai que la qualité finale tient beaucoup, sans entrer dans le débat, au mode de conduite du troupeau, à l'affouragement, à la chaîne de qualité depuis l'abattage jusqu'à la découpe. L'émergence de labels et d'IGP sur les marchés, autre que confidentielle et intra régionale, devrait être moins difficile en production ovine, mais la Bourgogne n'a pas de succès à son actif. Il faudrait pouvoir jouer sur de gros volumes appuyés sur un marketing agressif.





Moutarde : la fleur, la graine et le condiment en pot



Retour sur les productions végétales : n'existerait-il pas quelques créneaux, à l'exemple de la moutarde et du cassis de Dijon ? Il s'agit d'IGP, faute d'approvisionnement local. Moutarde et cassis sont en réalité de purs produits touristiques, précieux compléments de la palette

de produits culinaires « locaux » qui entretiennent la réputation gastronomique de Dijon et de la Bourgogne ; piliers de l'activité touristique, certes, mais sans retours tangibles vers l'agriculture locale.

Nombre de producteurs vendeurs directs et d'artisans se lancent dans les productions traditionnelles que l'on vient d'évoquer, souvent avec succès, jouissant de la confiance de leurs clients. Cette confiance naît de la proximité, sans aucun doute, bien plus que de tel ou tel label ou IGP qui figurerait sur les étiquettes ; ces producteurs ne tiennent nullement, d'ailleurs, à engager quelque dépense que ce soit à ce titre puisque, à leur avis, ils n'en ont que faire.

Tous ces produits du terroir bourguignon jouissent d'une image à très forte réputation qu'il convient d'entretenir. Elle concourt au renom de la région et de son art de vivre, et tous en recueillent, quelque part, les fruits. Rien que pour cela, les signes de qualité valaient bien la peine d'être inventés.

## Conflits « producteurs - transformateurs » sur les AOC et IGP laitières

par Alain Escafre

Le Conseil général est régulièrement sollicité pour aider un certain nombre de filières fromagères à résoudre les difficultés qui les secouent de façon périodique, avec pour toile de fond la question récurrente liée au dilemme « lait cru » - « lait pasteurisé », et son incidence pour les AOC (Appellation d'origine contrôlée) et les IGP (Indication géographique protégée).

### Un manque de cohérence et de lisibilité

La dernière mission concernait l'AOC « Camembert de Normandie » confrontée à la volonté de la majorité des transformateurs de s'affranchir de l'obligation d'utiliser exclusivement du lait cru pour prétendre à l'appellation.

La modification du cahier des charges de l'AOC « Ossau-Iraty », caractérisée par des productions à la fois « fermières » au lait cru et « laitières » au lait pasteurisé, a donné lieu à des luttes acharnées entre industriels et producteurs de fromages au lait cru. Elles portaient essentiellement sur le resserrement des contraintes tant au niveau de la production que de la transformation.

L'AOC « Cantal » concerne également à la fois des productions dites « fermières » au lait cru et des productions dites « laitières » au lait pasteurisé, alors que des déclinaisons d'AOC similaires en « Salers » et « Laguiole » sont des AOC exclusivement au lait cru. À l'inverse, une autre mission du Conseil général, s'est penchée sur la revendication des producteurs de lait des Pyrénées qui voulaient utiliser l'IGP « Tomme des Pyrénées » pour leurs fromages au lait cru.

Certes les filières ne manquent pas de cohérence interne, chacune avec leur logique, mais c'est lorsque l'on veut les comparer entre elles que le bât blesse.

Comme la Normandie, les Pyrénées ou le Massif Central, les Alpes qui semblaient pourtant plus vertueuses, ne sont pas non plus épargnées et plusieurs IGP fromagères sont exclusivement au lait cru alors qu'elles auraient dû relever d'AOC.

Ici encore l'anomalie est le fruit de l'époque récente où le passage d'un label rouge à une IGP, géré directement par le ministère de l'agriculture, était beaucoup plus simple que d'entamer un nouveau parcours du combattant auprès de l'*Institut national des appellations d'origine* pour obtenir la reconnaissance suprême de l'AOC. La dernière réorganisation de l'INAOQ (Institut national de l'origine et de la qualité) qui confie l'instruction des IGP à ce dernier, devrait à l'avenir éviter ce genre de dérive.

Ces quelques exemples illustrent parfaitement, avec des AOC et IGP fromagères qui sont le fruit d'une longue évolution historique, comment on aboutit à une situation inextricable dans laquelle un consommateur ordinaire a beaucoup de mal à s'y retrouver.

### La remise en cause d'évidences actuelles

Certains transformateurs pensent que l'abandon du lait cru permet de :

- **réduire les risques sanitaires** ; pour ces industriels de la transformation fromagère, il s'agit de minimiser les risques sanitaires à **leur niveau** et de proposer des produits de qualité constante sur les marchés de la grande consommation ;

- **réduire l'impact médiatique** ; de graves crises récentes, lors de contamination par la listéria, montrent à l'évidence les risques que peuvent faire courir la médiatisation, pour la survie économique des opérateurs concernés. Plusieurs d'entre eux en ont tiré les conséquences en abandonnant les productions au lait cru au profit de laits pasteurisés, thermisés ou ultra filtrés ;
- **réduire les coûts de production**. Par ailleurs, les fromages au lait pasteurisé diminuent les coûts de production adoptant des procédés de fabrication moins demandeurs de manipulations et donc en main d'œuvre et, pour certains, comme l'IGP Tomme des Pyrénées, en utilisant des laits standards issus d'exploitations en production intensive souvent situées en piémont ou en plaine.

À l'opposé, la production de fromages au lait cru demande une suivi sanitaire très rigoureux qui commence dans les exploitations laitières, avec des contrôles permanents et coûteux. Pour beaucoup d'éleveurs, la qualité et l'équilibre du lait à la sortie du pis de la vache est fondamentale pour la qualité du fromage. Elle ne peut être que l'aboutissement de systèmes d'élevage qui allient le respect de la qualité des pâturages et des races qui les valorisent avec un état sanitaire des troupeaux sans faille.

**Paradoxalement**, les développements de la recherche en microbiologie semblent remettre en cause le paradigme anglo-saxon dominant du « tout aseptisé ». Dans plusieurs cas, des fromages au lait cru, du fait de leur flore bactérienne plus diversifiée, parviennent à éliminer les contaminations par les listéria contrairement à leurs homologues pasteurisés dont certains doivent être traités aux fongicides. Les fromages au lait cru **minimiseront donc les risques encourus par les consommateurs** dès lors que l'élaboration de ces fromages auraient évité les contaminations pathogènes.

**Encore plus paradoxal**, la notion de lait cru évolue vers le concept de lait « sauvage » traduction de l'anglais « rought », qui considère qu'un lait trop pur bactériologiquement est un lait « mort » par rapport à un lait « vivant » qui reflète le microbisme local non pathogène. Ici encore l'excès d'asepsie semble nuire à l'expression d'une composante importante de l'identité locale. Dès lors, on comprend mieux la minutie exigée en production de lait cru pour assurer un ensemencement naturel favorable tout en maintenant un niveau sanitaire pertinent.

Ces différents éléments illustrent bien quels sont les enjeux pour les différents acteurs. Incontestablement, la production de lait cru constitue des liens extrêmement étroits avec l'ensemble des composantes du milieu naturel, alors que la pratique de la pasteurisation conduit à couper une partie importante de ces liens. Dans les deux cas, l'expression du potentiel du terroir est radicalement différente avec des implications plus ou moins fortes en termes de valeur ajoutée pour le mode de développement local.

Dans un cas, il s'agit de développer des exploitations laitières de taille limitée et à forte valeur ajoutée basée

sur la qualité, la diversité et l'originalité des produits. Dans l'autre cas, on mise davantage sur des exploitations plus importantes produisant des laits de qualité plus standardisés.

## Des propositions qui modifient l'ordre établi

Dès lors, est-il raisonnable de faire cohabiter ces deux logiques divergentes sous un même et seul signe de qualité bien que par ailleurs parfaitement justifiées et légitimes dans les deux cas en fonction des objectifs des différents protagonistes de la filière ?

Notre réponse est clairement négative, tout en proposant quelques principes simples cohérents avec l'esprit qui a présidé à la mise en place des signes officiels européens. Ils guideraient utilement les décideurs dans une réforme progressive du système actuel, qui pourrait être mise en œuvre lors des modifications régulières des cahiers des charges qui régissent la vie des différentes appellations.

Pour être acceptable par tous et répondre au besoin de transparence exigée par les consommateurs, la réforme implique cependant la possibilité d'utiliser le même nom géographique pour une AOC et une IGP mais pour deux produits considérés comme étant aujourd'hui différents.

Il s'agit de proposer un cadre rénové permettant la double appellation : dans le premier cas la notion d'AOC serait exclusive des fromages au lait cru et dans le second cas l'IGP serait réservée aux fromages pasteurisés. Dans cette optique, les problèmes actuels qui divisent nombre d'appellations trouveraient des solutions acceptables par tous. Elles éviteraient notamment la préemption d'une partie de la filière sur un signe particulier au détriment de tous les autres acteurs, comme c'est actuellement le cas pour le Camembert de Normandie ou pour la Tomme des Pyrénées.

Enfin, la réforme récente concernant la couleur des logos AOP (Appellation d'origine protégée), IGP et STG (Spécialité traditionnelle garantie) permet de mieux distinguer des graphismes qui sont très proches.

Cette approche aurait l'avantage de permettre au consommateur, considéré enfin comme majeur et responsable, de faire ses choix en toute transparence, tout en assurant une rémunération plus juste des producteurs et une plus grande sécurité sanitaire des industries fromagères sans être obligé de sortir du cadre des signes officiels de la qualité et de l'origine.

Sinon la logique du système actuel devrait conduire à terme au « tout AOC » décliné en fromages fermiers ou laitiers, avec quelques brillantes exceptions de type IGP pour ceux fabriqués exclusivement au lait pasteurisé. Ce qui constituerait encore un moindre mal par rapport au *statut quo* actuel, caractérisé par son manque de transparence fortement préjudiciable au jeu du marché, et par conséquent, aux producteurs et surtout aux consommateurs.

Le [Livre vert](#) sur la qualité des produits agricoles, publié par la Commission européenne le 15 octobre dernier, était destiné à ouvrir la discussion sur les adaptations à envisager des règles communautaires relatives à la qualité des produits et à l'information du consommateur. Il évoque, en page 13, longuement, mais pas seulement, les indications géographiques, AOP (Appellation d'origine protégée) et IGP (Indication géographique protégée) :



- « pour qu'une dénomination puisse être considérée comme une AOP, toutes les étapes de la production doivent en principe avoir lieu dans la zone géographique, et les caractéristiques du produit doivent être exclusivement ou essentiellement imputables à son origine géographique » ;

- « pour qu'une dénomination puisse prétendre au statut d'IGP, il faut qu'au moins une étape de production ait lieu dans la zone géographique concernée et que le lien avec cette dernière puisse être justifié par une qualité déterminée, la réputation ou toute autre caractéristique du produit associée à cette zone géographique ».

### **AOP et IGP : une politique agricole davantage tournée vers les producteurs et les territoires**

Dans l'introduction du Livre vert, la Commission énonce la philosophie générale qui l'anime (page 4).

Ayant passé en revue les exigences, actuelles et nouvelles, du marché et de la société vis-à-vis des produits agricoles et alimentaires, exigences de compétitivité, de valeur nutritionnelle, de sécurité sanitaire, de respect des contraintes environnementales et de bien-être animal, la Commission poursuit : « enfin, et c'est loin d'être un détail, dans de nombreux pays du monde, des consommateurs aux revenus croissants, exigent saveur, tradition et authenticité pour les aliments qu'ils achètent, ainsi que le respect de normes plus élevées en matière de bien-être animal ». Cette avancée que les indications géographiques, avec d'autres signes de qualité, représentent, et représenteront dans l'avenir, bien plus que des « niches » de marché, et confirmer le bien-fondé de la réglementation communautaire des AOP et IGP introduite en 1992.

Ainsi, les agriculteurs de l'Union se doivent « d'offrir aux consommateurs exactement ce qu'ils recherchent, en singularisant leurs produits sur le marché et en obtenir ainsi des prix plus élevés » ; « la politique agricole de l'Union européenne doit soutenir les efforts déployés par les agriculteurs dans la course à la qualité. ».

La finalité des AOP et IGP est bien, en effet, l'amélioration des prix obtenus sur les marchés et l'accroissement de la part de la valeur qui revient aux producteurs.

### **Des questions nouvelles liées au développement durable**

Ensuite, la Commission soulève un certain nombre de questions concernant les critères de reconnaissance des AOP et IGP, en référence, notamment, aux principes du développement durable : conviendrait-il d'introduire des critères :

- de potentiel de développement économique,
- de durabilité environnementale,
- de contribution à l'économie locale ?

Le premier point renvoie à la place que peuvent prendre les indications géographiques dans la production agricole : il ne s'agit pas de niches plus ou moins folkloriques, mais bien de *produits à fort potentiel dont il faut favoriser l'expansion*.

Le deuxième point est important. Il bouscule notre définition traditionnelle des appellations d'origine : un produit de l'agriculture, si prestigieux soit-il, ne devrait plus être apprécié indépendamment de l'ensemble de son processus de production et de transformation ; *un produit reconnu de qualité doit garantir un effort réel de protection de l'environnement à tous les stades de son élaboration*.

L'INAO s'est fort heureusement engagé dans cette direction depuis quelques temps.

Cela devrait aller de soi pour les AOP, par contre, les incidences sur les IGP peuvent être lourdes : pourrait-on reconnaître des IGP dont les denrées primaires ont supporté, pour leur transport, une consommation d'énergie élevée ? Plus généralement, même en matière d'IGP, il conviendrait, dorénavant, de prêter attention aux modes de conduite des productions végétales et des élevages ainsi qu'aux procédés de transformation. Les procédés de nature industrielle risqueraient d'être en contradiction avec ces exigences, avec pour effet de réserver le bénéfice des signes de qualité aux productions agro-alimentaires qui maintiennent des procédés de nature artisanale.



Fabrication traditionnelle de Beaufort en alpage



## Le lien au territoire

Le troisième point est également lourd de conséquences et constitue un élément nouveau de la part de la Commission : la « contribution au développement local » pourrait constituer l'un des critères de reconnaissance.

La notion d'appellation d'origine intègre naturellement ce critère puisque le produit sous AOP est issu de sa région « d'origine ». Encore faut-il s'entendre sur la notion de « région » et, en tenant compte des caractéristiques du produit et de son marché, savoir apprécier jusqu'où le lien au territoire demeure réel et solide.

En revanche, que peut signifier pour une IGP, le lien avec le territoire ? Une IGP appliquée à un produit transformé n'exige pas que le produit primaire soit issu de la zone de transformation. Cela conduirait-il à accorder une priorité à des produits transformés sur

place ? Sa réponse doit être formellement négative, on peut penser que le poids de la production primaire dans un territoire donné, comme celui de la concentration des ateliers de transformation et de conditionnement dans un périmètre plus restreint, devraient constituer des critères favorables à la reconnaissance.

Ce débat illustre cette tendance, exprimée ici par la Commission, à placer le territoire et la production agricole primaire ou transformée au centre de la politique agricole.

Pour aller dans la même voie, le Livre vert suggère que l'origine des denrées primaires entrant dans les produits transformés soit indiquée sur l'étiquetage, en harmonie avec ce qu'elle avance dans ses développements sur les normes et les exigences minimales de production.

Ce n'est pas le moindre des aspects novateurs que recèle ce Livre vert.

## Oenotourisme

### Une approche conjugulée filière – territoire alliée à une exigence de garantie de qualité

par Robert Mondy et Bernard Rousseau

« L'oenotourisme : une valorisation des produits et du patrimoine vitivinicole », tel était le titre du rapport « Dubrule »<sup>5</sup> auquel le Conseil général a apporté son appui. Ce rapport, remis à Dominique Bussereau, Ministre de l'agriculture et de la pêche en 2007, a été suivi d'une deuxième commande de son successeur Michel Barnier en 2008 sur les suites à donner aux propositions faites, dans le domaine de la formation et de l'appui incitatif à projets.

Les vignobles constituent une approche particulièrement originale du lien entre territoire et production. Le caractère pérenne de la viticulture, la délimitation précise et ancienne des territoires qui sont consacrés à la vigne, l'histoire des AOC (Appellation d'origine contrôlée) liant terroirs, produits de qualité et caractéristiques de production, expliquent que, plus que pour toute autre production, le concept de vignoble soit enraciné dans la culture collective.

Le développement spectaculaire de l'oenotourisme est très révélateur de l'attrait manifesté « de l'extérieur » pour les identités de qualité, construites autour de paysages, de produits, de patrimoines qui participent de ce qui est perçu comme un art de vivre.

### Une approche globale territoire – filière : la notion de vignobles

L'entrée touristique privilégie l'approche « par la demande » : appuyée sur la communication, elle part d'une représentation globalisante – par exemple les indications proposées sur les rayons de supermarchés (vins de Bordeaux, Champagne, Alsace...) – avant de préciser les origines et les appellations.



Fête des vendanges

Toute autre est l'approche « par l'offre » généralement pratiquée par les producteurs ou par les acteurs des territoires : il s'agit d'abord de s'identifier et se démarquer avant de mettre en œuvre des opérations promotionnelles.

Dans le premier cas, on privilégie un petit nombre de références, facilement accessibles, mais parfois exagérément simplificatrices. Dans le second, on aboutit à un émiettement peu lisible, sauf pour les initiés, et très coûteux au plan de la promotion des produits ; d'un côté l'image des vins de France tourne autour de 17 vignobles repérés..., de l'autre, c'est à partir de la production de 474 AOC, plus les appellations de pays...

Dans les deux cas, un très gros effort est fait pour améliorer et garantir la qualité des produits, et pour en faire un vecteur de communication, la commercialisation et l'augmentation des revenus restant le but.

<sup>5</sup> Paul Dubrule est, avec Gérard Pélisson, co-fondateur de la chaîne hôtelière Novotel en 1963. Co-président du groupe Novotel de 1971 à 1983, il est ensuite co-président de Accor, de 1983 à 1996, puis co-président du conseil de surveillance de Accor. Maire de Fontainebleau de 1992 à 2001, sénateur de Seine-et-Marne de 1999 à 2004, Paul Dubrule a été président de Maison de la France de mars 2005 à mars 2007.

Dans le cas particulier des vins, la notion de vignobles, articulée aux interprofessions et bassins viticoles paraît être une bonne échelle pour conjuguer les deux démarches.

Cette notion, qui a été retenue par [Maison de la France](#) et [SOPEXA](#) (Société pour l'expansion des ventes des produits agricoles et alimentaires français) pour sa lisibilité internationale, est une des propositions des rapports.

L'autre enseignement de cette étude sur l'oenotourisme porte sur la nécessité d'une offre coordonnée sur le territoire concerné : là où les producteurs commencent à parler de « paniers » de produits sur un territoire, les pratiques de l'oenotourisme poussent à une demande associant aux produits des prestations (qualité de l'accueil), des éléments de cadre de vie et de production (paysages viticoles, architecture des chais), des ouvertures culturelles (par exemple : patrimoine), et des propositions d'activités...

## Des garanties nécessaires... et lisibles

L'analyse de l'image touristique de la France auprès des Français comme des étrangers a montré un manque de lisibilité de l'offre touristique, conforté par le constat d'une abondance de démarches « qualité » conduites par les professionnels et les territoires.

Soucieux de faire de la qualité une priorité nationale, le ministère en charge du tourisme a donc lancé en 2004 le [plan "Qualité Tourisme"](#) destiné à fédérer toutes les démarches « qualité » déjà élaborées par les professionnels. La marque « [Qualité Tourisme](#) », qualifiée souvent de marque « ombrelle », a été déposée auprès de l'[INPI](#) (Institut national de la propriété industrielle) en novembre 2004 et a fait l'objet d'une définition graphique en vue de sa médiatisation en France et à l'étranger, en particulier par Maison de la France.

Le Comité national de sélection a été mis en place en 2005 et les premiers secteurs concernés couvrent

l'hébergement, la restauration, les offices de tourisme, les transports et le tourisme d'affaires.

Des extensions vers des activités touristiques sont en cours d'expérimentation en particulier dans le domaine des loisirs nautiques. Une extension à l'oenotourisme est donc tout à fait envisageable.

La marque nationale de qualité<sup>6</sup> est attribuée aux entreprises respectant les critères élaborés par le comité national et couvrant l'ensemble des prestations assurées pour attirer, accueillir et satisfaire le client. À titre d'exemple, dans les secteurs listés ci-dessus, le référentiel national de qualité est composé de 96 engagements répartis en neuf catégories.

Trois ans après le lancement de « Qualité Tourisme » plus de 2 500 établissements en sont bénéficiaires. Les agréments sont délivrés pour trois ans.

## Une dynamique collective au service de la qualité

Les deux études sur l'oenotourisme ont aussi mis en évidence l'importance d'une démarche collective des acteurs du territoire. Au-delà d'une meilleure commercialisation des vins, les bénéfices potentiels ou induits sont nombreux :

- un ancrage territorial fort,
- la valorisation des produits et du patrimoine vitivinicole, et au-delà du métier de viticulteur,
- la structuration et l'organisation des professions dans le territoire,
- la construction d'une culture commune, et la conscience d'une responsabilité collective dans le développement local. À cet égard, l'adhésion à des « chartes » définissant les bonnes pratiques est intéressante. On peut donner un exemple avec la Charte de Fontevrault qui a ouvert la voie en termes de paysages viticoles, et qui a contribué au mouvement qui s'est traduit par l'adoption de la [Convention européenne des paysages](#).

## Circuits courts de commercialisation des produits agricoles et signes officiels de qualité : survivance du passé ou vent nouveau

par Gérard Lebourdais

Laissez-nous tranquilles ! Ceux qui vendent des produits agricoles en circuit court revendiquent la liberté d'exercer leur activité sans empêtements. Et les acheteurs aussi : ils veulent choisir librement le produit qui leur plaît, au vendeur qui leur plaît, sans s'encombrer d'un emballage ni d'une marque. La seule marque qu'ils reconnaissent, c'est la « marque de fabrique ». La frénésie réglementaire et l'étalement urbain vont peut-être tuer les circuits courts.<sup>7</sup>

### Du déclin à la mode

Pendant des siècles l'agriculture s'est vendue en circuits courts : le blé vendu au boulanger, le lait aux voisins ou aux épiceries, les fruits et légumes, le bois de chauffage... Tout cela en vente directe, ou presque directe sur les foires et marchés locaux, qu'il s'agisse de produits agricoles ou de produits transformés à la ferme (beurre, fromage, charcuterie, vin, cidre...).

<sup>6</sup> La démarche est voisine de celle des « labels rouges » attribués aux filières de production en agriculture.

<sup>7</sup> En 2008, à la demande du ministre, le Conseil général a apporté son appui à Frédéric Nihous, chargé d'une mission relative à la diversification et à la valorisation des activités agricoles dans les territoires ruraux (mission n° 1628 confiée à G. Lebourdais). Plus de 200 personnes et institutions ont été auditionnées. Les propos recueillis dans ce cadre inspirent largement le présent article.

Ce mode de commercialisation était possible tant que l'essentiel de la population habitait à la campagne, tout près des producteurs.

Puis le développement urbain, les transferts de population vers la ville, donc l'éloignement des clients, ont allongé le chemin qui va de la fourche à la fourchette : une industrie lourde s'est développée, pour conserver, transformer et transporter les produits agricoles et les faire devenir « alimentaires » c'est à dire assurer, au quotidien, l'alimentation des populations maintenant majoritairement urbaines.

C'est la fin des circuits courts. Il aura fallu du temps, mais on y est arrivé et il aura suffi au final, ces dernières années, de quelques suppléments de réglementations « sanitaires » pour accélérer le déclin des circuits courts : de 1988 à 2000, le nombre de producteurs agricoles pratiquant la vente directe est passé de 400 000 à 120 000. Même interprétées avec les précautions méthodologiques adéquates, ces statistiques sont sans appel.

Seuls résistent quelques secteurs d'activité portés par la proximité de la clientèle citadine : maraîchage et horticulture en territoire périurbain ; ou par la tradition culturelle : le vin acheté chez le vigneron est meilleur.

Mais alors, pourquoi des consommateurs s'obstinent-ils à chercher du « producteur direct » alors que l'imposante industrie agro-alimentaire et sa consœur la grande distribution sont là pour lui ôter tout souci de ravitaillement ? Il s'agit peut-être d'un « usage passager dans les manières », avec des nuances et des couleurs différentes selon les supports de circuits courts :

- les marchés forains : essentiellement fréquentés par les « plus de 55 ans », beaucoup moins par les professions intermédiaires et les cadres, sans doute peu disponibles aux jours et heures de marché ;
- les points de vente collectifs : là, c'est plus simple de choisir le moment de s'y rendre et la clientèle est plus jeune et plus active ; elle y va parce que c'est plaisant et que c'est « in » ;
- les paniers style AMAP (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne) : le top, succès assuré dans les conversations ; à noter que le problème est le manque de producteurs ;
- la vente par correspondance ou par Internet, qui dynamise les circuits courts en les ouvrant sur le support moderne de relations directes qu'est la messagerie électronique ;
- la vente à la ferme : un produit classique ; l'offre et la demande se rencontrent « habillées en petit dimanche à tous les jours » et sont chacune contente.

## Signes de qualité : officiels ou... affectifs ?

Et les signes officiels de qualité (AOC, IGP, AB, labels) dans cette évolution ? Ils entrent peu en ligne de compte.

Par définition, le circuit court fonctionne sans intermédiaire entre le producteur et l'acheteur : pas d'intervention industrielle pour la transformation, la conservation, le transport. La proximité tient lieu de garantie d'origine et de fraîcheur. Pas besoin de signes officiels de qualité quand acheteurs et vendeurs se parlent par signes affectifs !



Marché fermier avec vente directe

## Commercialisation circuits courts et circuits longs

Les modes de commercialisation peuvent être classés selon deux grands types :

**les circuits « courts »**, avec peu ou pas d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur : marchés forains, marchés de producteurs, vente directe à la ferme, vente directe aux grandes et moyennes surfaces (GMS) sans passer par la centrale d'achat, vente à des restaurants... ; à côté de ces circuits traditionnels émergent des initiatives individuelles ou collectives de vente par correspondance, par internet ainsi que des livraisons à domicile de paniers de productions locales... ;

**les circuits « longs »** : marchés d'intérêt national (MIN), coopératives, expéditeurs, usines de transformation, plates-formes des centrales d'achat des GMS.

*Le rapport de mission sur les circuits courts (CGAAER n° 1701, avril 2007 - Pierre Texier et Dominique Fabre) consultable à la documentation du CGAAER présente plusieurs typologies issues de travaux de l'INRA, du CERD (Centre d'études et de ressources sur la diversification) ou de l'ANDA. La définition présentée ici, plus synthétique, est issue de travaux du CEMAGREF.*

Par ailleurs on sait, notamment grâce aux travaux du GIS (Groupement d'intérêt scientifique) « Alpes du Nord », que la présence d'une filière AOC sur un territoire engendrant une meilleure valorisation du lait, les producteurs ont moins tendance à rechercher des revenus complémentaires par la vente directe.

Les circuits courts ne représentent plus qu'une part modeste de la commercialisation des produits agricoles. Et il est bien difficile de prévoir son évolution :

- les exploitations maraîchères, qui forment les gros bataillons des vendeurs directs, sont fragilisées par leur faible taille et l'incertitude foncière due à leur localisation en espace périurbain ;
- les acheteurs qui suivent la mode de l'achat en direct représentent une faible part des consommateurs, globalement plus âgée et ayant un pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne ; que se passera-t-il en cas de baisse généralisée du pouvoir d'achat ?

Les réglementations sanitaires concernant la transformation à la ferme et la vente sur les marchés ont



déjà découragé de nombreux vendeurs directs, effrayés par la lourdeur des investissements à réaliser pour respecter ces normes ; d'autres se décourageraient si la « frénésie » réglementaire reprenait.

Pour le moment tout le monde trouve son compte : les vendeurs maintiennent ou améliorent leur revenu, les acheteurs sont rassurés par l'origine locale des produits. Pour combien de temps ? À moins que...

## En Conclusion

---

### Du meilleur usage des signes de qualité

L'appellation d'origine peut faire bien plus qu'un titre juridique de protection, bien plus encore que les efforts continus, la longue patience de promoteurs éclairés et courageux issus de l'agriculture ou des entreprises partenaires et l'organisation collective d'un groupe professionnel intelligent, sans lesquels rien ne serait durable ; l'appellation d'origine, c'est un peu de magie que le consommateur d'aujourd'hui, citadin aux racines rurales devenues lointaines, recherche et retrouve : authenticité, art de vivre, bonne chair, sans se douter du travail technique contenu dans ce produit au parfum d'autrefois.

Ceci étant dit, les nuances s'imposent, les contre-exemples sont nombreux : l'appellation d'origine ne fait pas le bonheur seule. Il faut la rencontre d'un produit et d'un terroir, un « vrai » terroir. Les appellations fromagères, aux vicissitudes diverses, en témoignent. D'où provient le camembert de Normandie ? De quelque part en Normandie... Le Comté est un formidable et rare exemple dont l'aire d'appellation est presque aussi étendue qu'une région ; mais quelle durée, quelle discipline, quel sens de l'organisation fondée sur les fruitières artisanales !

La série de témoignages rassemblés dans ce cahier spécial a laissé les vins de côté, estimant que, dans leur domaine, la suprématie de l'appellation d'origine ne se discutait pas. Mais un regard plus précis sur les vignobles et les appellations aurait-il fait apparaître des conclusions différentes ?

La question lancinante de toute bonne politique agricole est depuis toujours la suivante : comment améliorer la marge du producteur ? Comment faire remonter vers lui la plus grande part possible du prix que le consommateur est prêt à payer pour un bon produit ? Les indications géographiques ne répondent à la question que si derrière le produit, le consommateur identifie le producteur et son terroir. Les transformations successives rompent évidemment ce lien.

Cette réflexion n'entend pas exclure les IGP (Indication géographique protégée), mais les placer où elles doivent l'être, dans une autre catégorie. Certes, les conditions de lien au terroir peuvent être parfois réunies, mais ce n'est pas la règle et cela ne correspond pas à l'originalité de la démarche qui est bien plus venue de l'industrie agroalimentaire, soucieuse de défendre des produits régionaux typés dont la qualité résulte du processus d'élaboration bien plus que de l'origine des ingrédients entrant dans sa fabrication.

N'attendons pas de l'IGP qu'elle valorise le travail de l'agriculture, sinon de façon indirecte et bien plus aléatoire. Accueillons l'IGP pour ce qu'elle est : un bon outil de valorisation des entreprises agroalimentaires qui maintiennent des savoir-faire, la mise en avant de produits traditionnels de plus en plus recherchés, une contribution significative à l'image de la région, un support touristique de premier ordre.

La Commission européenne, dans son livre vert sur la qualité, vise à améliorer l'information du consommateur sur la provenance des produits et la qualité des processus de transformation, en particulier dans le cadre des signes officiels de qualité et d'origine. Cette démarche mérite d'être soutenue. L'amélioration de la lisibilité et de la cohérence des dispositifs actuels devrait, en effet, constituer un axe important des réflexions initiées dans le cadre de ce livre vert.

Encore convient-il d'assurer la promotion de ces produits ; aussi remarquables qu'ils soient, le « faire savoir » est indispensable au « savoir-faire » ; un produit, un terroir, et un territoire qui les « porte » : c'est en effet la rencontre de ces trois éléments qui fait le succès absolu, une agriculture plus forte qui profite à l'ensemble de l'économie locale, une image qui renforce l'attractivité du territoire, le lien social retrouvé grâce à la dynamique créée qui va bien au-delà des seules manifestations festives.

---

#### Crédit photos :

[Jeuneloiremezenec.com](http://Jeuneloiremezenec.com) (page de couverture et page 3) ; Ministère de l'agriculture et de la pêche (pages 4, 18, 20 : Pascal Xicluna, <http://photo.agriculture.gouv.fr/> ) ; CIGC (page 6 et 8) ; Raymond Figuet (page7).

ISSN : 1961-8921

Vos avis, critiques, suggestions,  
contributions, sont toujours les  
bienvenus  
[diffusion.cgaer@agriculture.gouv.fr](mailto:diffusion.cgaer@agriculture.gouv.fr)