



Conseil Régional  
Midi-Pyrénées



Institut Régional de la Qualité  
Alimentaire Midi-Pyrénées

# ***L'impact économique et territorial des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine***

***Une analyse à travers les exemples de l'AOC Rocamadour,  
de l'IGP label rouge Agneau Fermier du Quercy,  
de l'IGP label rouge Haricot Tarbais et du label rouge Bœuf Fermier Aubrac***

**Rapport d'étude**

**Julien Frayssignes**

**Septembre 2007**

## Remerciements

*l'IRQUALIM et la Région Midi-Pyrénées tiennent à remercier tous ceux qui ont contribué à la réalisation de cette étude et tout particulièrement :*

- \* l'ensemble des membres du Comité de Pilotage;*
- \* l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO);*
- \* les professionnels des 4 filières directement concernées :*
  - Agneau fermier du Quercy Label Rouge/IGP*
  - Bœuf fermier Aubrac Label Rouge*
  - Haricot Tarbais Label Rouge/IGP*
  - Rocamadour AOC/AOP*

## Table des matières

Remerciements .....	1
Table des matières .....	2
Table des figures .....	4
Introduction :	
Les enjeux de l'évaluation des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine.....	6
Le cadre méthodologique de l'étude.....	
L'impact socioéconomique des SIQO : quels indicateurs ?.....	8
L'identification des interlocuteurs à rencontrer .....	10
Les thèmes à aborder durant les entretiens .....	11
Le traitement des informations.....	11
Le choix des terrains d'étude : la recherche de diversité .....	12
La présentation des résultats : entre monographies de terrain et analyse globale.....	13
<b>I. Le Rocamadour : une volonté de différenciation pour la construction et le développement d'une filière caprine.....</b>	<b>14</b>
1. La trajectoire historique du produit .....	14
L'histoire du produit et de la démarche .....	14
Les atouts de la filière .....	15
2. La structure et l'organisation de la filière .....	17
3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité.....	19
Une filière créatrice d'emploi .....	20
L'attractivité du bassin de production caprin .....	20
L'AOC dans les pratiques et les représentations des éleveurs .....	22
L'AOC dans la rémunération des producteurs .....	23
L'AOC dans les stratégies de commercialisation .....	25
4. Les enjeux du développement de la filière .....	28
<b>II. L'Agneau Fermier du Quercy : une dynamique pour le maintien / développement d'un bassin de production.....</b>	<b>30</b>
1. La trajectoire historique du produit .....	30
L'histoire du produit et de la démarche .....	30
Les atouts de la filière .....	32
2. La structure et l'organisation de la filière .....	33
3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité.....	38
L'impact du label rouge au sein de son bassin de production.....	38
Le label rouge dans la rémunération des producteurs .....	42
Le label rouge dans la commercialisation des agneaux .....	44
4. Les enjeux du développement de la filière .....	45

<b>III. Le Haricot Tarbais : la relance d'une production en vue de la diversification du revenu des exploitations .....</b>	<b>47</b>
1. La trajectoire historique du produit .....	47
L'histoire du produit et de la démarche .....	47
Les atouts de la filière .....	48
2. La structure et l'organisation de la filière .....	49
3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité .....	52
La contribution du label rouge à l'emploi .....	52
Le label rouge au sein de son bassin de production .....	53
Le label rouge dans la rémunération des producteurs .....	55
Le label rouge dans les pratiques commerciales .....	56
4. Les enjeux du développement de la filière .....	58
<b>IV. Le Bœuf Fermier Aubrac : la recherche d'une plus-value à travers la segmentation d'une production existante.....</b>	<b>63</b>
1. La trajectoire historique du produit .....	63
L'histoire du produit et de la démarche .....	63
Les atouts de la filière .....	64
2. La structure et l'organisation de la filière .....	65
3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité .....	69
Le label rouge au sein de son bassin de production .....	69
La place du label rouge dans la rémunération des producteurs .....	71
Le label rouge et la commercialisation des animaux .....	74
4. Les enjeux du développement de la filière .....	75
<b>V. Les bénéfices potentiels des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine : éléments de réflexion .....</b>	<b>79</b>
1. Les signes de qualité comme outil de structuration en filière .....	79
2. Les signes de qualité et la valorisation du métier d'agriculteur.....	80
3. L'ancrage territorial des productions sous signe de qualité.....	81
4. Signes de qualité et aspects commerciaux : des préoccupations convergentes.....	82
Conclusion :	
Les défis de la transmission d'un patrimoine .....	83
Références bibliographiques .....	85

## Table des figures

Figure 1 : les indicateurs quantitatifs et qualitatifs sélectionnés pour l'étude .....	10
Figure 2 : le traitement des informations collectées - exemples concrets .....	12
Figure 3 : l'aire d'appellation du Rocamadour.....	15
Figure 4 : exemples d'étiquettes de Rocamadour .....	16
Figure 5 : évolution comparée du tonnage des trois plus importantes AOC caprines (1996-2005).....	17
Figure 6 : évolution du tonnage laitier et fermier de l'AOC Rocamadour (1996-2005) .....	18
Figure 7 : évolution du nombre de producteurs de lait et fermiers dans l'AOC Rocamadour (1996-2005).....	19
Figure 8 : part des installations caprines dans le département du Lot (2000-2006).....	21
Figure 9 : évolution du pourcentage d'installations caprines dans le Lot (2000-2006).....	22
Figure 10 : la dynamique du cheptel caprin dans le Lot et l'aire AOC Rocamadour.....	22
Figure 11 : comparaison du prix du lait de chèvre dans plusieurs fromageries (2007) .....	24
Figure 12 : comparaison du prix de base annuel moyen dans plusieurs fromageries (2007) ..	24
Figure 13 : comparaison du prix annuel moyen dans plusieurs filières (2006) .....	25
Figure 14 : différentiel de prix entre Rocamadour fermier AOC et cabécou par circuit (2005) .....	26
Figure 15 : évolution de la valorisation des Rocamadour fermiers (1988-2005).....	27
Figure 16 : comparaison des prix consommateurs de Rocamadour et de cabécous (1999-2004).....	27
Figure 17 : la zone de production de l'Agneau Fermier du Quercy .....	32
Figure 18 : évolution du nombre d'adhérents et de brebis à l'AEAFL (1982-2006) .....	34
Figure 19 : la production d'agneau sous label à Gramat (1983-2005) .....	34
Figure 20 : évolution de la production Quercy et Pays d'Oc à Gramat (1995-2005).....	35
Figure 21 : évolution de la production Quercy et Pays d'Oc globale (1995-2005).....	36
Figure 22 : évolution de la production d'Agneau Fermier du Quercy (1995-2005).....	36
Figure 23 : évolution de la production d'Agneau Fermier du Quercy par abatteur (1995-2005).....	37
Figure 24 : évolution du nombre de points de vente (1982-1992).....	37
Figure 25 : évolution relative des cheptels ovins français et lotois (1988-2004).....	39
Figure 26 : part des installations en ovin viande dans le département du Lot (2000-2006) ....	40
Figure 27 : évolution du pourcentage d'installations en ovin viande dans le Lot (2000-2006).....	40
Figure 28 : comparaison de la taille moyenne des troupeaux (2006).....	41
Figure 29 : les difficultés d'approvisionnement de l'Agneau Fermier du Quercy (1983-1987).....	42
Figure 30 : évolution du prix de base des agneaux dans le Lot (2004-2006) .....	43
Figure 31 : la zone de production du Haricot Tarbais.....	48
Figure 32 : répartition des débouchés de la Coopérative du Haricot Tarbais en chiffre d'affaires (2006) .....	50
Figure 33 : évolution des volumes de Haricot Tarbais (1989-2006).....	51
Figure 34 : évolution de la culture du haricot dans les Hautes-Pyrénées (1838-2005).....	51
Figure 35 : évolution du poids relatif des deux modes de culture du Haricot Tarbais (2001-2006).....	52
Figure 36 : évolution du chiffre d'affaires de la Coopérative du Haricot Tarbais (1993-2006).....	53

Figure 37 : évolution des rendements de la production de haricot dans les Hautes-Pyrénées (1838-2006) .....	54
Figure 38 : évolution du nombre d'adhérents à la coopérative (1988-2006).....	56
Figure 39 : évolution du prix de revente du Haricot Tarbais par la coopérative (1988-2006) .....	57
Figure 40 : évolution des contrats signés et des volumes livrés par les producteurs à la coopérative (1993-2006).....	60
Figure 41 : taux de réalisation contrats / livraisons (1993-2006).....	60
Figure 42 : dates d'entrée des groupements de producteurs dans l'association BFA .....	65
Figure 43 : répartition des volumes de Boeuf Fermier Aubrac par groupement (2006) .....	67
Figure 44 : évolution des volumes de Boeuf Fermier Aubrac (2000-2006) .....	67
Figure 45 : évolution comparée des volumes de Fleur d'Aubrac et de BFA (1992-2006).....	68
Figure 46 : évolution des effectifs Aubrac en France (1880-2006) .....	69
Figure 47 : évolution du nombre d'animaux et d'éleveurs suivis par l'Union Aubrac (1976-2007) .....	70
Figure 48 : la grille de prix Boeuf Fermier Aubrac label rouge (2006) .....	71
Figure 49 : évolutions de la valorisation du Bœuf Fermier Aubrac (2002-2006).....	72
Figure 50 : comparaison des grilles de prix BFA (2005-2006).....	72
Figure 51 : différentiel (fictif) entre Aubrac conventionnel et Aubrac label (janvier – mars 2007) .....	73
Figure 52 : comparaison de prix d'achat aux groupements par les abatteurs (BFA et conventionnel) .....	75
Figure 53 : évolution des apports des groupements à la filière BFA (2000-2006) .....	76
Figure 54 : comparaison offre / demande en BFA (2005-2007) .....	77

## Introduction

# Les enjeux de l'évaluation des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine

---

Depuis plusieurs années, l'évaluation de l'efficacité des politiques publiques en matière de signes d'origine est devenue une préoccupation majeure, aussi bien aux niveaux européen, national que régional. A l'échelle internationale, la politique de l'Union Européenne en faveur des AOP/IGP<sup>1</sup> s'inscrit entre autre dans la perspective de maintien de l'activité dans les espaces ruraux. La construction d'outils permettant de rendre compte des retombées territoriales de ces dispositifs est un enjeu majeur pour la légitimité même de la politique européenne en matière de qualité des produits, notamment au niveau de l'Organisation Mondiale du Commerce, où les Indications Géographiques sont fréquemment considérées comme des entraves au libre échange.

Au niveau national comme régional, l'analyse des impacts socioéconomiques des filières sous signe de qualité (Appellation d'Origine Contrôlée, label rouge) concerne aussi bien les acteurs politiques susceptibles d'appuyer ces démarches que les professionnels, désireux d'une part de maintenir / développer le volume d'activité, et d'autre part de fournir aux producteurs susceptibles de s'engager des arguments en faveur du bien fondé de ces démarches.

A noter que cette recherche s'inscrit dans un contexte bien particulier marqué par la réforme de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO), désormais chargé de la gestion de l'ensemble des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine français (AOC, label rouge, Agriculture Biologique) comme européens (AOP, IGP et STG<sup>2</sup>). Cette réforme est de première importance pour les groupements qualité car elle crée les Organismes de Défense et de Gestion (ODG), sensés représenter la totalité des intervenants de la filière et en assurer la gestion au quotidien. En outre, le cahier des charges est désormais associé à un plan de contrôle et un plan d'inspection visant à définir les modalités d'application des règles de production et de transformation des produits.

Particulièrement riche en produits bénéficiant d'un signe de qualité, la Région Midi-Pyrénées a vu passer la part de ces produits dans le chiffre d'affaires agricole de 7 à 14 % entre 1992 et aujourd'hui<sup>3</sup>. Face à l'absence de données opérationnelles fines sur l'importance économique de ces filières et sur leurs conditions de réussite, les professionnels estiment nécessaire la construction d'outils d'évaluation.

Financée par le Conseil Régional de Midi-Pyrénées et réalisée au sein de l'Institut Régional de la Qualité Alimentaire de Midi-Pyrénées (IRQUALIM) en partenariat avec l'INAO, la présente étude vise à poser les premiers jalons d'une entreprise plus large visant à produire des indicateurs opérationnels et pérennes aptes à rendre compte de l'impact

---

<sup>1</sup> Appellation d'Origine Protégée, Indication Géographique Protégée.

<sup>2</sup> Spécialité Traditionnelle Garantie.

<sup>3</sup> La Région compte 52 produits label rouge et 20 produits bénéficiant d'une AOC, auxquels il faut ajouter 10 vins bénéficiant de la mention AOVDQS (Appellation d'Origine Vin de Qualité Supérieure). Source : Institut Régional de la Qualité Midi-Pyrénées, 2007.

socioéconomique de plusieurs signes de qualité localisés dans la région. En parallèle de cette ébauche de "tableau de bord", il s'agit également de mettre en évidence les facteurs potentiels de réussite ainsi que les facteurs susceptible de "bloquer" le développement des filières.

Afin de concrétiser cette démarche, nous nous sommes principalement appuyé sur une précédente étude<sup>4</sup> au cours de laquelle un certain nombre d'indicateurs d'impacts ont pu être identifiés et appliqués ensuite aux terrains sélectionnés pour cette recherche, à savoir le Rocamadour (AOC et AOP), l'Agneau Fermier du Quercy (label rouge et IGP), le Haricot Tarbais (label rouge et IGP) et le Bœuf Fermier Aubrac (label rouge).

Ainsi, après avoir précisé le cadre méthodologique de l'étude fondé sur une articulation entre entretiens qualitatifs et collecte de données statistiques, le rapport abordera l'impact des SIQO à travers deux éclairages complémentaires :

- d'une part, il s'agira d'analyser les bénéfices concrets induits par la présence d'un signe de qualité pour une filière donnée. Ce premier éclairage sera réalisé à travers quatre études de terrain fondées sur une même trame,
- d'autre part, à partir de ces résultats, une réflexion plus générale permettra de mettre en évidence les apports potentiels des SIQO, et de poser ainsi les jalons pour de futures recherches.

---

<sup>4</sup> Frayssignes J., (2005), *Les AOC dans le développement territorial, une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères*, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, mention Géographie, INP – ENSAT, 469 p. (2 volumes).



## **Le cadre méthodologique de l'étude**

---

Du fait de la forte dimension qualitative de l'étude, l'entretien semi-directif s'est avéré être la principale méthode de collecte des données. Cet outil est le mieux adapté à la démarche dans la mesure où il autorise une certaine liberté dans l'expression de la personne enquêtée, liberté qui s'inscrit malgré tout dans un cadre prédéfini, permettant ensuite la confrontation, voire la comparaison des discours. L'exploitation de ces informations a été rendue possible par une retranscription du discours à travers l'enregistrement des entretiens. Sans être intégrale, cette retranscription thématique a permis ensuite le travail de recoupement des données. L'enregistrement avait également pour but de pallier l'inévitable perte d'information induite par la seule prise de notes.

Réalisée directement auprès des interlocuteurs de terrain, la collecte des données statistiques a été envisagée comme venant en complément. Il était en effet très important que les chiffres "se mettent au service" de la démonstration, et non l'inverse. C'est pourquoi un travail d'exploration préalable à travers des entretiens a été nécessaire pour caractériser au mieux chaque contexte productif, avant de passer au travail statistique.

Une fois ce préalable posé, il s'agit maintenant d'explicitier successivement les aspects constitutifs de la méthode :

- la sélection des indicateurs permettant d'évaluer l'impact des signes de qualité,
- l'identification des interlocuteurs à rencontrer,
- les thèmes à aborder lors des entretiens,
- le traitement des informations collectées,
- le choix des terrains,
- le travail effectivement réalisé,
- la manière de présenter les résultats.

### **L'impact socioéconomique des SIQO : quels indicateurs ?**

C'est dans une perspective comparative que certains indicateurs ont été mobilisés sur les quatre terrains d'étude. Néanmoins, les contextes productifs différenciés nous ont ponctuellement amené à privilégier d'autres indicateurs dans certains cas, et à en délaissier d'autres. C'est ainsi que l'évaluation du nombre d'emplois liés à la démarche qualité s'avère pertinente dans le cas où l'activité constitue le premier facteur de revenu des exploitations, mais pas si elle vient en diversification.

Deux types d'impacts ont été distingués et permettent d'identifier les indicateurs à observer sur le terrain :

- les impacts pour les acteurs à titre individuel,
- les impacts pour les filières et les bassins de production.

L'approche au niveau individuel renvoie au rôle du signe de qualité dans les pratiques et les représentations des acteurs de la filière, qu'ils soient situés en amont (producteurs)

comme en aval (transformateurs). Les indicateurs inhérents à cette approche sont de nature quantitative et qualitative.

D'une part, en ce qui concerne les producteurs de base, il convient d'analyser les représentations liées à leur engagement dans une démarche qualité, notamment vis-à-vis de leur perception du métier d'agriculteur. Dans un second temps, cette approche est indissociable d'une réflexion fine sur l'impact du SIQO dans leur rémunération, ainsi que sur l'éventuel différentiel avec une production générique conventionnelle. Cet aspect constitue l'un des fondements de la recherche, étant donné que la recherche d'une plus-value est l'un des objectifs affirmés d'une démarche qualité.

D'autre part, le rôle du signe de qualité dans les pratiques commerciales des metteurs en marché doit être analysé avec soin. Certains éléments sont facilement quantifiables (niveaux de prix, différentiel avec d'autres produits), d'autres le sont beaucoup moins (impact dans les négociations, nature des relations avec les distributeurs) mais revêtent toutefois une importance capitale.

L'approche au niveau collectif concerne quant à elle l'impact du signe de qualité sur la structure et le fonctionnement des filières<sup>5</sup> et sur les dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production<sup>6</sup>. Là encore, aspects quantitatifs et qualitatifs sont étroitement liés.

Si elle est pertinente, l'observation de la contribution du signe de qualité à l'emploi peut s'avérer intéressante : la démarche est-elle directement à l'origine de l'émergence d'une activité supplémentaire qui n'existait pas auparavant ? Par ailleurs, il est important d'identifier une série d'indicateurs inhérents au caractère attractif du bassin de production :

- processus d'installation et impact du signe de qualité,
- professionnalisation de l'activité (taux d'encadrement des producteurs, technicité...),
- capacité du SIQO à "fixer l'activité" sur un espace donné (maintien – voire développement – du nombre de producteurs face aux restructurations).

D'un point de vue plus qualitatif, il convient d'être également attentif aux logiques organisationnelles qui sous-tendent le fonctionnement des filières : le groupement est-il régi par des règles – formelles ou informelles – spécifiques qui lui permettent de s'adapter à son environnement ? Le signe de qualité permet-il de fédérer les acteurs et de renforcer la dynamique collective ?

C'est donc sur cette complémentarité entre une approche par les individus et une approche par les filières / bassins de production que se fonde notre démarche. Les indicateurs identifiés à partir de cette trame sont synthétisés dans le tableau suivant.

---

<sup>5</sup> Définie ici comme l'ensemble des intervenants impliqués dans la production et la transformation du produit et adhérant au groupement qualité.

<sup>6</sup> Ceux-ci constituant en quelque sorte la projection des filières dans l'espace.

**Figure 1 : les indicateurs quantitatifs et qualitatifs sélectionnés pour l'étude**

Approche	Indicateur	Phénomène à observer
<b>Approche par les individus</b>	<b>Valorisation du métier</b>	Perception par les agriculteurs de leur métier Représentations de leur place et de leur implication dans la filière
	<b>Rémunération des producteurs</b>	Rôle joué par le signe de qualité dans les négociations de prix Différentiel avec d'autres types de produits
	<b>Rémunération des transformateurs</b>	Niveaux de prix des produits finis Différentiel avec d'autres types de produits
	<b>Négociations commerciales</b>	Nature des relations entre les metteurs en marché et les distributeurs Statut du signe de qualité dans les négociations
<b>Approche par les filières / bassins de production</b>	<b>Poids économique</b>	Importance de l'activité en termes d'emplois
	<b>Attractivité du bassin de production</b>	Contribution du SIQO au processus d'installation Professionnalisation de l'activité (encadrement, technicité...) Fixation spatiale de l'activité (maintien, développement)
	<b>Dynamiques organisationnelles</b>	Capacité du groupement à se fixer ses règles de fonctionnement Dynamique collective

Tableau réalisé par J. Frayssignes, 2007.

### **L'identification des interlocuteurs à rencontrer**

Cette étape d'identification et de prise de rendez-vous n'est possible qu'à travers un travail préalable avec une ou deux "personnes ressources" par filière. Outre la présentation de celle-ci et des enjeux auxquels elle est confrontée, ces personnes<sup>7</sup> ont également été sollicitées pour déterminer les interlocuteurs à rencontrer dans un deuxième temps.

C'est ainsi que plusieurs types d'acteurs ont été identifiés en fonction de leur positionnement au sein – ou en dehors – de la filière :

- les producteurs, impliqués dans la fabrication de la matière première,
- les metteurs en marché, impliqués dans le processus de transformation du produit fini et de commercialisation,
- les personnes qualifiées "d'extérieures", sollicitées en fonction des besoins de l'étude. On pense notamment aux techniciens de chambres d'agriculture ou de divers autres organismes (UPRA, CRITT...), ainsi qu'aux responsables de la grande distribution.

Il est bien évident que ces statuts renvoient très souvent à des responsabilités qui permettent de donner au discours une portée plus large (membre du conseil d'administration du groupement qualité, directeur / président de groupement de producteurs, d'entreprise

<sup>7</sup> Pour cette étude, ces personnes étaient soit le directeur / animateur du groupement qualité, soit le président.

coopérative ou privée...). Cette démarche induit ici une limite : la non représentativité des personnes rencontrées. En effet, la logistique de l'étude (une personne à temps plein durant 6 mois) ne permettait pas de multiplier les contacts. Les entretiens réalisés concernent donc en majorité des personnes dotées de responsabilités professionnelles, ce qui peut infléchir leur discours<sup>8</sup>.

### **Les thèmes à aborder durant les entretiens**

Les rencontres avec les interlocuteurs visent en premier lieu à collecter des informations aptes à renseigner les indicateurs sélectionnés. La nature même de la personne enquêtée a donc conditionné le type de questions à poser. Ainsi, un producteur a été notamment interrogé sur les modalités de sa rémunération et sur ses représentations vis-à-vis de son métier, tandis qu'un transformateur a été sollicité pour donner des informations sur la commercialisation du produit et sur ses rapports avec les metteurs en marché. En complément de ces questions centrales, les entretiens doivent – en fonction des interlocuteurs – également aborder des thématiques plus globales permettant de caractériser au mieux la filière. Il convenait donc de collecter des informations sur différents aspects. A cet égard, même si l'étude insiste davantage sur les bénéfices des SIQO plutôt que sur le différentiel avec la production conventionnelle, il était néanmoins nécessaire d'avoir pour chaque terrain une vue d'ensemble de la production. La compréhension de la démarche qualité est en effet indissociable de celle de l'activité agricole globale. C'est l'objet du troisième item de la liste ci-dessous :

- histoire de la filière et de l'obtention du signe (acteurs à l'origine, motivations),
- dynamiques inhérentes aux bassins de production (répartition, évolution, différences technico-économiques, démographie...),
- dynamiques de la production hors signe de qualité,
- contexte territorial plus large (identitaire, politique, social...),
- principales préoccupations des acteurs et enjeux pour l'avenir (cahier des charges, réglementation, commercialisation...).

### **Le traitement des informations**

L'analyse thématique des entretiens a permis de faire apparaître des dimensions dans lesquelles ont été "rangées" les différentes informations collectées. Ces dimensions sont pour une part relativement proches des thèmes évoqués dans la section précédente :

- histoire du produit et de la démarche,
- organisation de l'activité (règles formelles et informelles),
- structure de la filière (acteurs impliqués),
- cahier des charges,
- dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production,
- relations entre acteurs,
- caractéristique des exploitations et des entreprises,
- spécificités techniques du produit (processus de fabrication),
- problématique commerciale,
- préoccupations des acteurs et enjeux à venir.

---

<sup>8</sup> A titre d'exemple, la majorité des producteurs rencontrés au sein des quatre filières sont membres du conseil d'administration des groupements qualité correspondant.

Dans un second temps, ces informations ont été confrontées aux indicateurs préalablement construits dans le but de renseigner ces derniers. A chaque type d'indicateur ont donc été associées des thématiques de nature différente. Le tableau ci-dessous donne deux exemples d'indicateurs et précise pour chacun d'eux les thématiques qui ont été mobilisées.

**Figure 2 : le traitement des informations collectées - exemples concrets**

Indicateur	Thématiques mobilisées
<b>Rémunération des producteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisation de l'activité,</li> <li>- cahier des charges,</li> <li>- caractéristiques des exploitations / entreprises,</li> <li>- problématique commerciale.</li> </ul>
<b>Fixation spatiale de l'activité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dynamiques des bassins de production,</li> <li>- cahier des charges,</li> <li>- caractéristiques des exploitations / entreprises,</li> <li>- aspects techniques.</li> </ul>

Tableau réalisé par J. Frayssignes, 2007.

C'est seulement ensuite que les informations de nature statistique (collectées auprès des acteurs des filières comme des acteurs "extérieurs") sont venues se greffer au dispositif afin d'étayer la démonstration. Cette méthode a permis d'une part de bien identifier les "besoins quantitatifs" inhérents à chaque filière, et d'autre part les informations réellement disponibles sur chaque terrain.

### **Le choix des terrains d'étude : la recherche de diversité**

Afin de réaliser le choix des objets à analyser, l'angle d'attaque privilégié a été celui des organisations productives, et non pas celui des espaces. Autrement dit, ce sont les filières qui sont à l'origine du choix des terrains d'étude, et non l'inverse. Du fait de l'extrême hétérogénéité des 109 produits sous signe de qualité localisés dans la Région Midi-Pyrénées<sup>9</sup>, le choix d'un "échantillon représentatif" était bien entendu impossible. C'est donc la recherche de diversité qui a prévalu, afin de faire en sorte qu'un maximum de professionnels puisse ensuite s'approprier les résultats.

Outre l'engagement des professionnels en vue de la réalisation de l'étude, les critères qui ont présidé au choix des filières renvoient à la nature du signe de qualité (AOC, label rouge, AB), au type de produit (carné, laitier...), à la taille, l'ancienneté et la structure productive de la filière<sup>10</sup> et enfin au contexte géographique correspondant. C'est ainsi que quatre produits ont été sélectionnés :

- le Rocamadour (AOC depuis 1996, AOP en 1999),
- l'Agneau Fermier du Quercy (label régional en 1982, puis label rouge en 1990 et enfin IGP en 1996),
- le Haricot Tarbais (label rouge en 1997 et IGP en 1999),
- le Bœuf Fermier Aubrac (label rouge en 1999).

<sup>9</sup> Source : IRQUALIM Midi-Pyrénées, 2007.

<sup>10</sup> Taille (de la micro filière au système productif d'envergure) ; ancienneté (de la filière bien établie à la filière en cours de structuration) ; structure productive (producteurs fermiers, entreprises artisanales, grands groupes...).

Cet "échantillon" permet de répondre aux exigences de diversité évoquées plus haut. Deux types de signes sont représentés (AOC et label rouge), les produits eux-mêmes sont diversifiés (fromage, viande, légume sec). Les filières renvoient également à des dynamiques variées, tant en termes de taille, d'ancienneté que de structure productive. Enfin, la diversité se manifeste également dans les contextes géographiques (montagne, plaine, région difficile).

En ce qui concerne le travail effectivement réalisé, une estimation de 25 entretiens par filière avait été donnée au commencement de l'étude. Ce chiffre a finalement été modulé en fonction de la taille de chacune des filières pour parvenir au résultat suivant : Rocamadour (22 entretiens réalisés), Agneau Fermier du Quercy (24 entretiens), Haricot Tarbais (19 entretiens) et Bœuf Fermier Aubrac (21 entretiens). En complément, quelques entretiens ont été également réalisés autour de Toulouse, soit auprès d'acteurs institutionnels, soit auprès d'acteurs de la distribution. Cette proportion présente l'avantage d'aboutir à un traitement homogène des quatre filières, et de ce fait à un niveau d'analyse équivalent.

### **La présentation des résultats : entre monographies de terrain et analyse globale**

Les modalités de présentation des résultats renvoient à deux impératifs : le souci de fournir des données concrètes permettant la discussion d'un côté, et la nécessité d'avoir une vue plus générale du problème de l'autre. Ainsi, le rapport se structure en deux parties :

- une approche où sont abordés de front les bénéfices inhérents à la présence d'un signe de qualité pour une filière donnée, fondée sur les monographies des quatre terrains d'étude,
- une approche qui s'est efforcée d'identifier les apports potentiels des signes de qualité, destinée à proposer des pistes de réflexion et de recherche pour d'éventuelles études à venir.

A noter pour clore cette partie que pour une confrontation plus aisée des résultats, les monographies de terrain ont été réalisées selon une trame commune fondée sur quatre parties : la trajectoire historique du produit, la structure et l'organisation de la filière, les bénéfices engendrés par le signe de qualité, et enfin les enjeux du développement de la filière. Cette dernière partie vise notamment à mettre en évidence les facteurs de fragilité qui sont susceptibles de bloquer le développement de la filière, facteurs qui pourront faire l'objet d'une réflexion par les professionnels et les élus.

# **I. Le Rocamadour : une volonté de différenciation pour la construction et le développement d'une filière caprine**

Aboutie en 1996, la démarche AOC Rocamadour est née du besoin des professionnels locaux de conserver et de développer un produit, ceci à travers la construction d'une filière de production à part entière. Portée au départ exclusivement par des producteurs fermiers, cette démarche s'inscrivait dans un contexte de saturation du marché local. Le développement à l'extérieur du produit a donc été réalisé en parallèle d'un travail considérable de construction de références techniques.

## **1. La trajectoire historique du produit**

### **L'histoire du produit et de la démarche**

Signifiant en Occitan "petit fromage de chèvre", le terme cabécou est présent dans la plupart des régions du sud de la France. Le "cabécou de Rocamadour", ou "cabécou du Lot", fait partie des produits emblématiques du département. La fabrication de fromages de chèvre fermiers va longtemps rester une activité marginale dans les exploitations. Il faut attendre les années 1970 et le développement des grandes productions (bovins, céréales) pour observer une première spécialisation vers la production caprine. Quelques années plus tard, l'émergence d'une activité de collecte est quant à elle due à des entreprises extérieures au département (notamment en Poitou-Charentes), à la recherche de matière première. Au départ considérée comme une production sans réel avenir ("la vache du pauvre"), la production de lait de chèvre devient peu à peu attractive, étant donné son bon niveau de valorisation et les incertitudes croissantes sur les autres productions (quotas laitiers, primes ovines).

Au début des années 1980, plusieurs éleveurs soutenus par la profession agricole décident de se regrouper afin de mettre en place une structure collective d'affinage et de commercialisation. Ayant pris la forme d'un GIE (Groupement d'Intérêt Economique), cette structure avait pour vocation première la recherche de débouchés hors du département, les circuits locaux de commercialisations étant déjà en place.

Le premier problème qui se pose alors est d'ordre qualitatif : une étude menée en 1986 fait état d'une non-conformité pour 80 à 90 % des fromages de chèvre commercialisés dans le Lot. Afin de répondre à une demande croissante, un important travail est entrepris, en particulier avec l'embauche d'un technicien spécialisé en fromagerie au sein de la Chambre Départementale d'Agriculture du Lot. Il s'agissait en effet de construire des références à l'échelle locale, et d'éviter ainsi que les éleveurs soient obligés d'aller chercher des réponses techniques – souvent peu adaptées – hors du département.

Le développement régulier – en prix comme en volumes – de la production fermière contribue à l'émergence progressive d'une notoriété, notamment autour de la zone de Rocamadour. C'est dans le but de se démarquer de la production régionale de cabécou et de permettre son développement hors du département que la démarche AOC est lancée en 1988. Portée par un petit groupe de producteurs fermiers, la demande d'appellation aboutit dans un premier temps à la création du Syndicat des Producteurs de Fromage Rocamadour (SPFR,

1991), ces derniers étant alors rejoints par les producteurs de lait et de caillé, ainsi que les artisans (coopératifs et privés). Un important travail s'engage alors pour nommer, et surtout définir le produit.

L'AOC est finalement obtenue en 1996 et ne concerne que la dénomination "Rocamadour". Fortement soutenu par le Conseil Général du Lot<sup>11</sup>, le terme "cabécou" est finalement abandonné, afin de se démarquer au maximum de la production générique régionale. Définie par décret, l'aire d'appellation comprend une grande partie du département du Lot et "déborde" sur quelques cantons de l'Aveyron, du Tarn et Garonne, de la Dordogne et de la Corrèze (figure 3). Le Rocamadour sera enregistré en tant qu'AOP en 1999.

**Figure 3 : l'aire d'appellation du Rocamadour**



Source : SPFR, 2007.

### Les atouts de la filière

Au terme de cette présentation rapide, plusieurs points méritent d'être soulignés avant de passer aux apports du signe de qualité proprement dit.

D'une part, il est important de noter que la période correspondant à la demande d'appellation (1988-1996) s'est caractérisée par l'émergence d'une activité à part entière. Durant ce laps de temps, on est en effet passé d'une production de complément pour les exploitations à une véritable filière professionnelle dynamique et dotée de bonnes perspectives de développement. Les importants moyens consentis pour le développement de l'activité caprine – laitière comme fermière – font du département du Lot une référence incontestable à l'échelon national. Obligatoire pour toute démarche AOC, la mise en place d'un suivi des exploitations et d'une commission agrément produit ont en outre fortement amélioré la qualité du produit.

<sup>11</sup> Des dénominations telles que "Cabécou du Lot" ou "Cabécou du Quercy" ont ainsi été envisagées.



La mise en place d'un référentiel laitier dans le Lot s'est accompagnée d'une relocalisation de la production laitière. Le développement des entreprises de transformation a en effet permis de rapatrier environ 2,5 millions de litres de lait, qui jusque-là étaient travaillés hors du département (Poitou-Charentes notamment). Cette relocalisation de la valeur ajoutée a été rendue possible par la bonne valorisation du produit. Plusieurs producteurs rencontrés mettent en avant la hausse de leur rémunération au moment de leur changement de laiterie (de 490 à 560 € pour 1 000 litres<sup>12</sup>).

D'autre part, le choix de la dénomination a eu des conséquences considérables sur l'évolution du bassin de production. En optant pour "Rocamadour" plutôt que pour "Cabécou de Rocamadour", les dirigeants de la filière ont en effet conféré au produit une protection que nous qualifions "d'intégrale" au produit. Fondé sur une dénomination sans équivalent direct, ce type de protection s'oppose aux "protections partielles", caractérisées par la cohabitation entre le produit d'appellation et un ou plusieurs produits génériques proches (Camembert de Normandie, Crottin de Chavignol, Sainte-Maure de Touraine...) <sup>13</sup>.

C'est précisément pour éviter la situation de concurrence et de confusion observée notamment en Crottin de Chavignol que les acteurs impliqués dans la démarche AOC Rocamadour ont fait ce choix. Il en résulte une différenciation de fait plus importante entre le produit AOC et les cabécous génériques. Cette différenciation est accentuée par une politique de communication relativement habile, dans le cadre de laquelle les étiquettes des fromages comportent toutes une base commune, quel que soit le fabricant (artisanal ou fermier). Bien que jugée contraignante par les metteurs en marché, cette démarche inédite (mais imitée par d'autres AOC depuis) permet aujourd'hui une identification quasi immédiate du produit, notamment dans les linéaires des grandes surfaces, où la forme caractéristique de l'étiquette semble avoir un rôle certain dans l'acte d'achat (figure 4).



Source : enquêtes personnelles, 2004.

L'AOC a ainsi permis de rallier la très grande majorité des producteurs de la zone. Le volume de Rocamadour cohabite avec une quantité de produits génériques beaucoup plus modeste<sup>14</sup>. On est donc loin du contexte du Crottin de Chavignol (département du Cher), où productions AOC et génériques sont équivalentes en volume, et où la plupart des metteurs en

<sup>12</sup> Source : enquêtes personnelles, 2007.

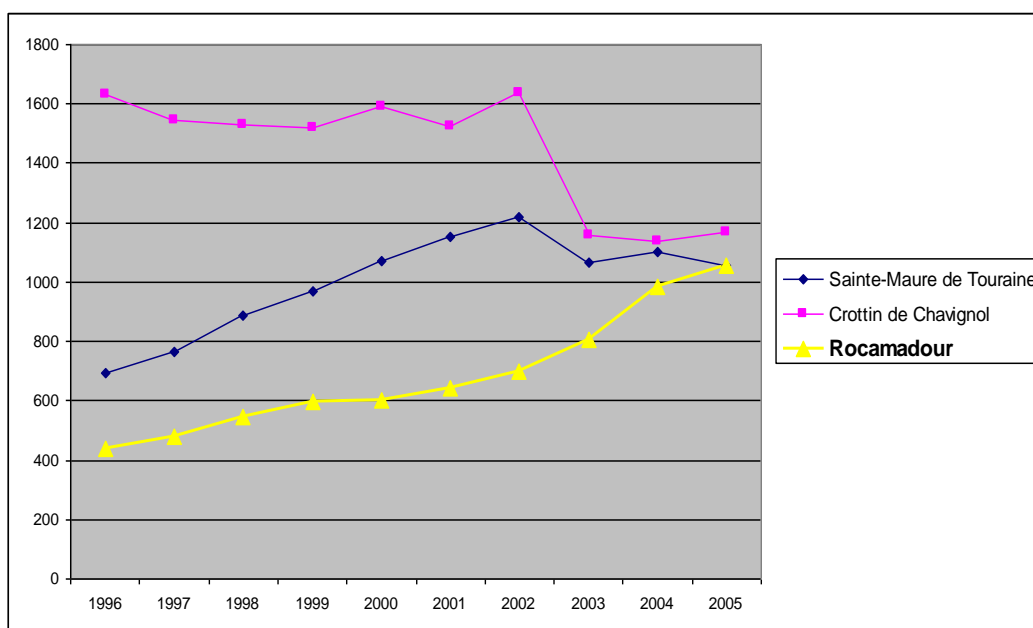
<sup>13</sup> En France, les cinq premières appellations fromagères en tonnage (Comté, Cantal, Roquefort, Reblochon et Saint-Nectaire) correspondent toutes à des protections intégrales et représentent environ 60 % de la production totale de fromage en AOC.

<sup>14</sup> Les interlocuteurs rencontrés estiment que 80 % du produit sur la zone est transformé en AOC. Sur les 17 000 chèvres que compte la zone, 13 500 sont situées dans des exploitations bénéficiant de l'appellation (source, SPFR, 2007).

marché – fermiers comme industriels – "jouent sur les deux tableaux"<sup>15</sup>, renforçant ainsi la confusion.

Le développement important du tonnage depuis l'obtention de l'AOC est une des conséquences directes de ce choix stratégique. La production est en effet passée de 440 à 1 056 tonnes entre 1996 et 2006, soit une augmentation de plus de 140 % en 10 ans, (une des plus fortes dans les AOC fromagères). La confrontation entre le Rocamadour, le Crottin de Chavignol et le Sainte-Maure de Touraine (deux "protections partielles") est à cet égard tout à fait éloquent. La figure ci-dessous met en évidence le processus de rattrapage opéré par le Rocamadour. Même si d'autres facteurs entrent en ligne de compte, nul doute que la dilution des deux AOC dans une importante production générique (crottin et sainte-maure) est à l'origine de la stagnation – voire du déclin – des volumes.

**Figure 5 : évolution comparée du tonnage des trois plus importantes AOC caprines (1996-2005)**



Source : INAO, 2006<sup>16</sup>.

La trajectoire productive suivie par l'AOC Rocamadour constitue donc un point fort sur lequel peuvent s'appuyer les dirigeants de la filière. Nous verrons plus loin que beaucoup des apports induits par le signe de qualité sont liés à cette trajectoire.

## 2. La structure et l'organisation de la filière

Depuis sa création, le SPFR regroupe l'ensemble des intervenants de la filière et possède les prérogatives habituelles d'un syndicat d'appellation (défense, contrôle, promotion). En 2006, les 1 056 tonnes de Rocamadour correspondaient à environ 8,6 millions de litres de lait pour 30 millions de fromages<sup>17</sup>. La filière compte 54 producteurs de lait, 7

<sup>15</sup> Dans la zone Rocamadour, les stratégies de diversification des producteurs concernent le plus souvent des formes de fromage différentes (cœur, crottin, pavé).

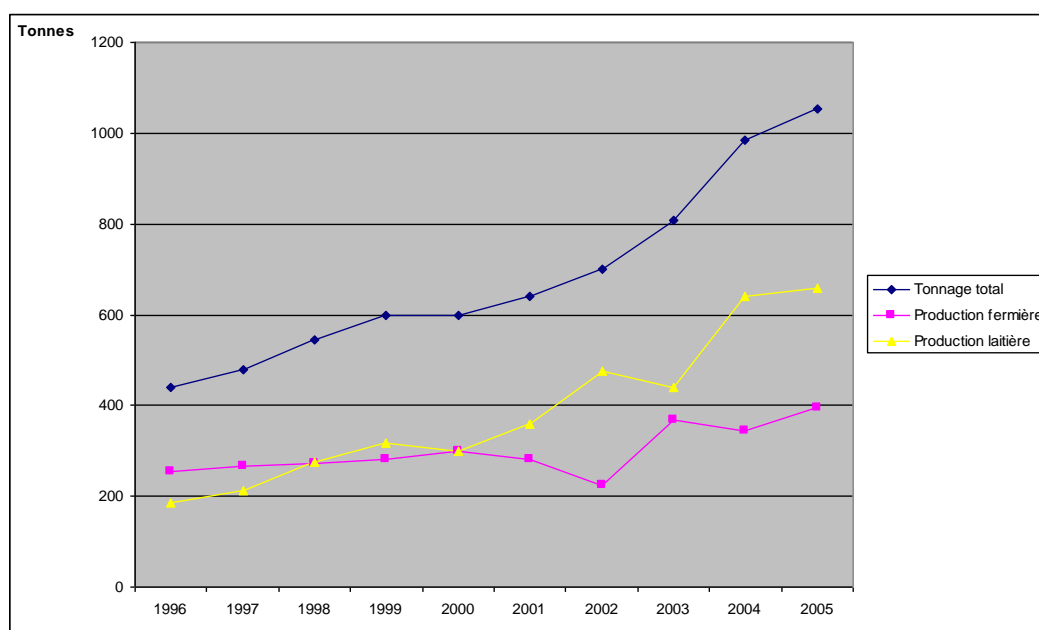
<sup>16</sup> Dans la courbe du Crottin de Chavignol, la baisse brutale du tonnage (2002-2003) s'explique par le changement dans le mode de calcul (passage du poids de fromage frais au poids affiné).

<sup>17</sup> Source : SPFR, 2006.

producteurs de caillé et 36 producteurs fermiers. Les producteurs de lait livrent leur matière première à 3 entreprises de transformation, dont une coopérative<sup>18</sup>. La plus importante d'entre elles – la fromagerie Verdier – représente environ la moitié du tonnage total.

Les producteurs fermiers ont quant à eux des pratiques commerciales très diversifiées : certains affinent et commercialisent eux-mêmes une partie ou la totalité de leur production sur différents circuits, d'autres passent par l'affineur. En 2006, ils ont fabriqué 396 tonnes de Rocamadour, soit 37,6 % du volume total. A l'instar de nombreuses AOC, l'important développement de la production laitière est une caractéristique importante de la filière. Le Rocamadour laitier (désigné sous le terme artisanal) dépasse son homologue fermier dès 1998 et "porte" littéralement le développement de la filière (+ 255 % entre 1996 et 2006, contre seulement + 55 % pour le Rocamadour fermier, figure 6).

**Figure 6 : évolution du tonnage laitier et fermier de l'AOC Rocamadour (1996-2005)**



Source : SPFR, 2006.

L'observation de l'évolution du nombre de producteurs montre des courbes relativement stables, excepté pour la production laitière durant les trois dernières années (figure ci-dessous).

<sup>18</sup> Une seule de ces trois structures a une activité d'affinage auprès de plusieurs producteurs fermiers.

**Figure 7 : évolution du nombre de producteurs de lait et fermiers dans l'AOC Rocamadour (1996-2005)**



Source : SPFR, 2006.

L'analyse du contenu du cahier des charges laisse également entrevoir la capacité des acteurs à trouver un équilibre entre typicité, contraintes productives et impératifs commerciaux. De race Alpine ou Saanen, les troupeaux ne peuvent excéder un chargement de 10 chèvres à l'hectare. L'alimentation doit être issue de la zone à 80 %, et les aliments concentrés ne peuvent excéder 30 % de la ration quotidienne.

Amorcée en 2001 et achevée en 2004, la révision du décret AOC Rocamadour a permis un resserrement des conditions de production, notamment à travers l'interdiction progressive de l'ensilage et de l'enrubannage à l'horizon 2010. La suppression des aliments fermentés a été une décision difficile à prendre, mais s'est avérée nécessaire étant donné l'image négative de cette pratique auprès des consommateurs, ainsi que les risques encourus au niveau de la présence de germes pathogènes.

La recherche d'équilibre est également perceptible lorsque l'on observe les conditions de fabrication. L'incorporation de caillé sous forme congelée est ainsi autorisée à hauteur de 50 % maximum, ce qui permet au Rocamadour d'être présent sur le marché durant toute l'année. L'AOC se différencie en cela de plusieurs produits voisins, tels le Pélardon (AOC) et le Cabécou d'Autan (label rouge), qui ont non seulement interdit la congélation du caillé, mais aussi imposé une période obligatoire de pâturage pour les chèvres. Beaucoup estiment que sans induire nécessairement une qualité supérieure, ces choix peuvent constituer autant d'obstacles au développement des filières correspondantes car elles mettent en cause les conditions de travail et la viabilité économique des exploitations.

### **3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité**

Les différents niveaux d'analyse choisis pour cette étude (acteur individuel, filière, territoire) permettent de mettre en évidence les bénéfices induits par la présence de l'appellation d'origine Rocamadour. C'est ainsi que seront abordés successivement l'emploi, le bassin de production (installation, développement du cheptel), les pratiques et les

représentations des éleveurs, les politiques de rémunération mises en place pour la production laitière et enfin les aspects commerciaux (négociations, niveaux de prix des fermiers et des artisans).

### **Une filière créatrice d'emploi**

Nous avons vu que la démarche AOC avait contribué à la construction d'une véritable filière professionnelle, notamment à travers le développement d'une activité de transformation laitière significative. Les trois entreprises de la filière représentent une centaine d'emplois industriels directs. Pour certaines d'entre elles, l'activité va bien au-delà du seul Rocamadour, mais nul doute que leur développement est en premier lieu imputable à l'appellation<sup>19</sup>. On peut donc émettre le postulat qu'une grande partie de ces emplois n'existeraient pas hors de la démarche AOC<sup>20</sup>. En cela, la contribution de la filière à la création d'emploi dans la région constitue le premier apport que l'on peut identifier.

### **L'attractivité du bassin de production caprin**

Le contexte de la production laitière caprine française est aujourd'hui celui d'un manque de matière première. Les importants besoins des transformateurs induisent de ce fait des prix élevés, remettant parfois en cause l'intérêt pour un producteur d'être dans une démarche qualité. On observe donc dans plusieurs régions des stratégies opportunistes de "débauchage" de producteurs par une politique tarifaire incitative de plus ou moins longue durée.

La question est donc de savoir jusqu'à quand durera cette relative pénurie. Il apparaît que la production de lait AOC prend tout son sens à l'aune de cette incertitude. Au sein de la zone Rocamadour, les transformateurs fabriquant des produits génériques ont certes toute latitude pour collecter du lait en fonction des opportunités qui se présentent, toutefois, pour ce qui est de l'AOC, ils sont contraints de "faire avec" les ressources disponibles localement. A l'instar de toutes les AOC, ce "monopole géographique" constitue donc un rempart à toute possibilité de délocalisation de l'activité<sup>21</sup>.

Au-delà de ce cadre général, l'ampleur de la production caprine dans le département nous a également amené à tenter d'évaluer la contribution de la filière aux installations. L'analyse des chiffres fournis par l'ADASEA du Lot nous montre que sur la période 2000-2006, les installations caprines représentent 6,4 % des installations aidées totales (soit 28 sur 436, figure ci-dessous).

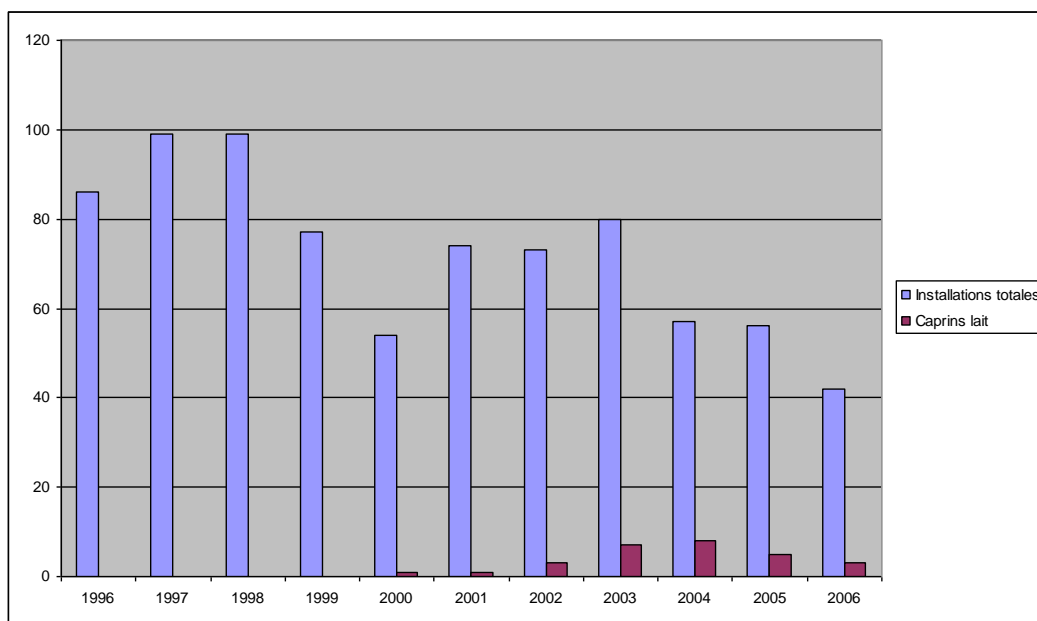
---

<sup>19</sup> Pour illustrer ce point, la collecte de la fromagerie Verdier représentait 3,3 millions de litres en 2000 (dont 1,1 million en AOC) et 8,7 millions en 2006 (dont 3,2 millions en AOC).

<sup>20</sup> Les transformateurs sont quant à eux convaincus qu'aucune des trois fromageries n'existerait aujourd'hui sans l'AOC.

<sup>21</sup> A noter qu'à Rocamadour aujourd'hui, les besoins en lait des transformateurs concernent essentiellement la production AOC, et non pas la production de fromages génériques.

**Figure 8 : part des installations caprines dans le département du Lot (2000-2006)**

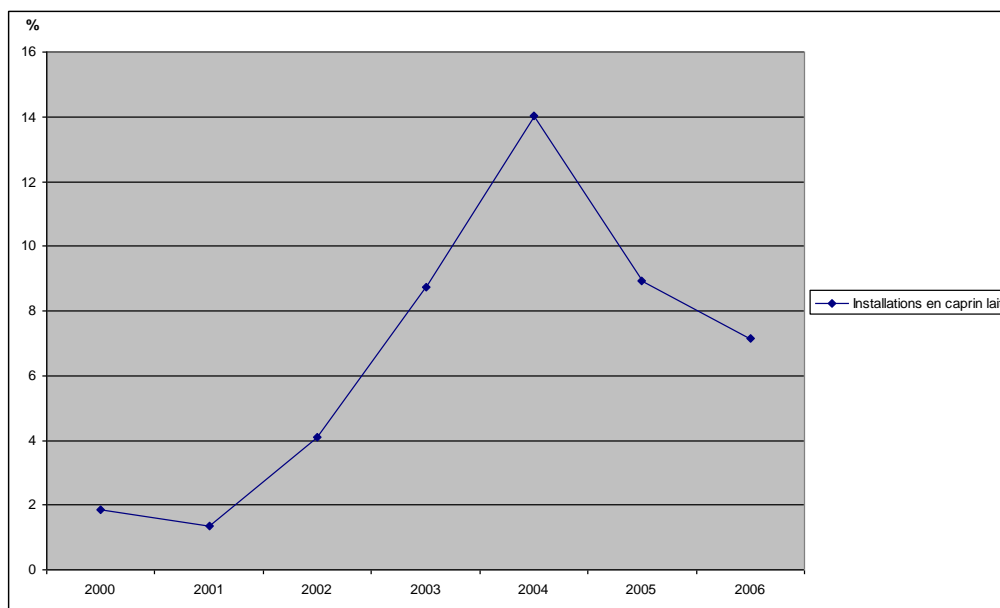


Source : ADASEA, 2007.

A noter que ces chiffres concernent le Lot, et non pas l'aire d'appellation. De même, il est impossible de savoir si les installations caprines recensées sont en démarche AOC ou non. Enfin, chaque installation ne signifie pas nécessairement l'apparition d'un nouveau site de production, car sont également inclus les sociétaires. Il peut donc s'agir de l'installation d'un conjoint. La tendance semble malgré tout suffisamment significative pour être montrée. L'absence de données avant 2000 est une autre limite de l'analyse, mais plusieurs interlocuteurs dans et hors de la filière nous ont fait part d'une importante vague d'installations caprines dans les années précédentes (notamment 1997 et 1999).

Dans le graphique ci-dessous, nous pouvons également noter une certaine propension à la hausse de la part des installations caprines : de 1,9 % en 2000, on passe à 7,1 en 2006, avec une pointe à 14 % en 2004 (figure 9). Dans les faits, ce n'est pas la présence d'une AOC en tant que telle qui domine dans la décision de s'installer ou non, mais plutôt la présence d'une fromagerie garantissant la collecte du lait ou des fromages. L'influence de l'appellation n'est donc qu'indirecte mais réelle, au vu de l'important développement des entreprises de transformation dans la zone Rocamadour, directement imputable à la présence d'une appellation.

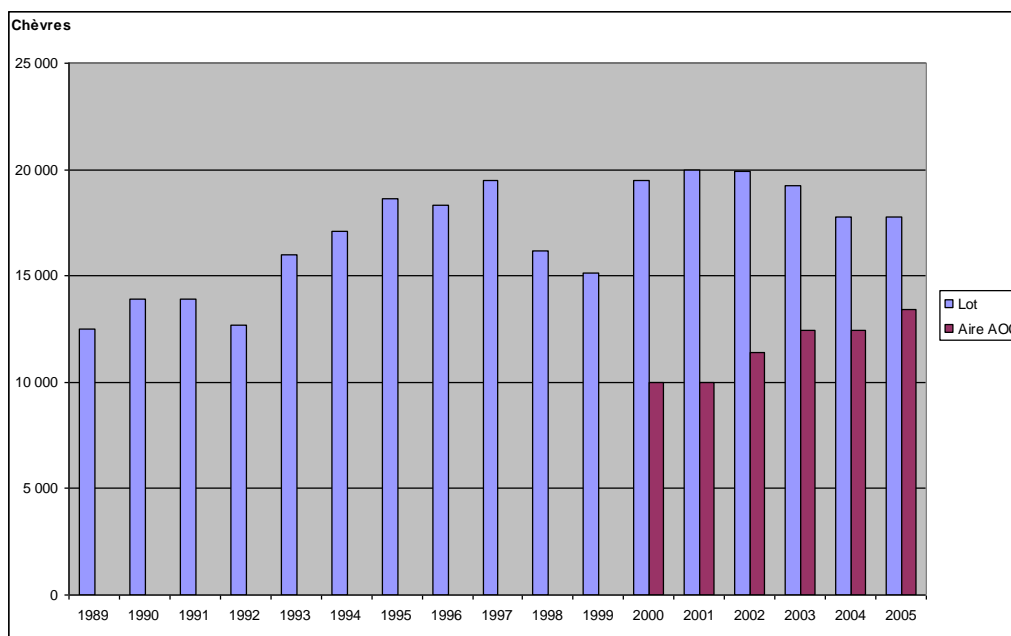
**Figure 9 : évolution du pourcentage d'installations caprines dans le Lot (2000-2006)**



Source : ADASEA, 2007.

Cette dynamique positive dans l'installation a induit un développement du cheptel AOC. Le graphique ci-dessous montre que si le cheptel lotois parvient à se maintenir en nombre de têtes, le développement de la zone AOC est quant à lui réel (les données avant 2000 ne sont pas disponibles).

**Figure 10 : la dynamique du cheptel caprin dans le Lot et l'aire AOC Rocamadour**



Source : RGA et SPFR, 2007.

### L'AOC dans les pratiques et les représentations des éleveurs

Qu'ils soient fermiers ou laitiers, les producteurs rencontrés mettent tous en avant les bénéfices retirés par l'encadrement technique du syndicat, au moment de leur installation ou ensuite. Parfois décisif dans la décision de s'installer, notamment en production fermière, cet

encadrement a constitué un rempart contre le sentiment d'isolement qui prévaut de plus en plus souvent dans l'agriculture<sup>22</sup>.

Au-delà de la fierté légitime de contribuer à produire un fromage d'appellation d'origine et d'avoir participé à une démarche de valorisation, les éleveurs rencontrés sont conscients de la dynamique positive de l'activité caprine, surtout lorsqu'ils se comparent aux producteurs en bovins lait, voire même en ovins viande, qu'ils jugent trop dépendants des primes. Le témoignage de plusieurs d'entre eux laisse d'ailleurs à penser qu'au moment de l'installation, la négociation avec les banques sont facilitées par "l'argument caprin", jugé plus crédible (perspectives de développement favorables, investissements de départ plus modérés, besoin de terre moins important). L'image de l'éleveur de chèvre s'est donc profondément transformée. Le "bricoleur soixante-huitard du Larzac"<sup>23</sup> n'est plus qu'un lointain souvenir, il a fait place à un véritable chef d'entreprise inscrit dans une démarche résolument professionnelle.

Ces pratiques et ces représentations sont intimement liées aux aspects économiques, notamment en ce qui concerne la valorisation de la matière première. Ce sont ces aspects qu'il nous faut examiner maintenant.

### **L'AOC dans la rémunération des producteurs<sup>24</sup>**

Dans la filière AOC Rocamadour, la rémunération des producteurs de lait est gérée entreprise par entreprise, sans que le syndicat intervienne dans le processus. Des différences (relativement minimales) sont donc constatées d'une entreprise à l'autre<sup>25</sup>. L'analyse des chiffres fournis par l'entreprise la plus représentative de la filière (environ 70 % des producteurs) nous permet d'aboutir à des résultats tout à fait intéressants.

La grille de paiement apparaît relativement classique. Le prix de base mensuel varie en fonction des besoins de la fromagerie (plus importants en fin d'année), puis des critères physicochimiques (taux butyreux, taux protéique) et bactériologiques (coliformes, flore total, cellules et germes pathogènes). Le différentiel entre le prix AOC et non AOC (on dira aussi lait "de zone" et lait "hors zone") s'exprime sur le prix de base, qui est supérieur de 38,11 € pour 1 000 litres<sup>26</sup>. Ce différentiel est constant depuis une dizaine d'années<sup>27</sup>. Cette plus-value générée par l'AOC est bien entendu liée à la présence du producteur dans la zone et au respect du cahier des charges.

Le graphique suivant permet de comparer les prix payés aux producteurs fournis par plusieurs fromageries impliquées dans l'AOC ou non, localisées au sein ou à proximité de l'aire d'appellation Rocamadour (figure ci-dessous).

---

<sup>22</sup> Ce sentiment est d'ailleurs davantage perceptible chez les producteurs non AOC rencontrés.

<sup>23</sup> Selon l'expression employée par un éleveur.

<sup>24</sup> Pour l'ensemble des données relatives au prix du lait évoquées ici, le SPFR estime le coût des contrôles à 0,47 € pour 1 000 litres (contrôles externes uniquement), ce qui correspond à 3,83 € par tonne de fromages.

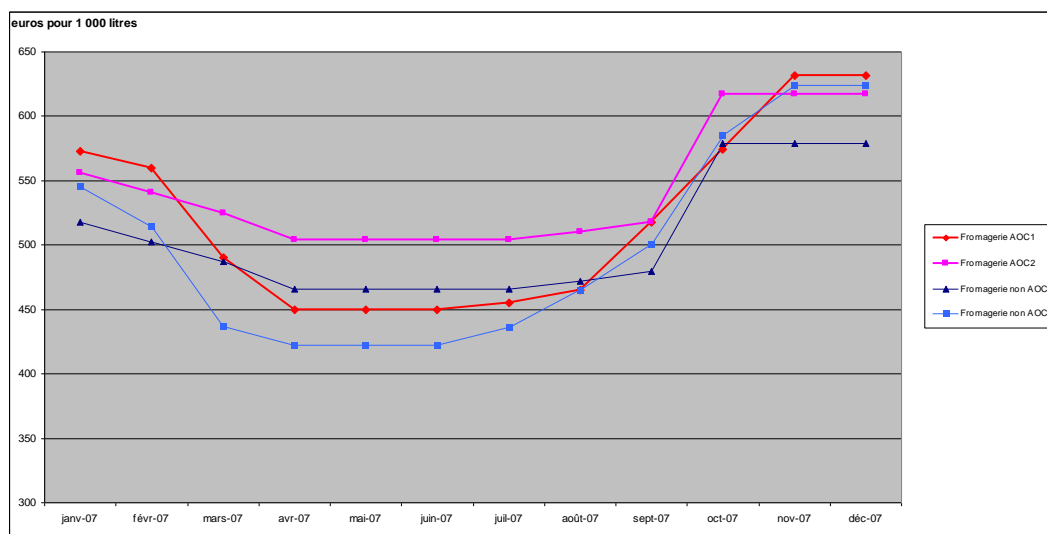
<sup>25</sup> Ceci en dépit d'une tentative d'harmonisation amorcée en 2006, mais finalement abandonnée.

<sup>26</sup> Le passage à l'euro a amené les professionnels laitiers à créer une nouvelle unité : les € pour 1 000 litres, ce qui correspond ici à 25 centimes de francs.

<sup>27</sup> A noter que les deux fromageries privées de la filière viennent tout récemment de faire évoluer leur grille AOC à la hausse (1<sup>er</sup> trimestre 2007).



**Figure 11 : comparaison du prix du lait de chèvre dans plusieurs fromageries (2007)**



Source : enquêtes personnelles, 2007.

Le différentiel entre AOC et non AOC est ici avéré. Il est d'autant plus visible si l'on ramène les valeurs mensuelles à un prix annuel moyen (tableau ci-dessous). Même si la "performance" en termes de prix est d'abord imputable à la stratégie de l'entreprise, la présence de l'AOC joue un rôle incontestable dans la valorisation du lait.

**Figure 12 : comparaison du prix de base annuel moyen dans plusieurs fromageries (2007)**

	Fromagerie AOC 1	Fromagerie AOC 2	Fromagerie non AOC 1	Fromagerie non AOC 2
€ / 1 000 l.	<b>520,75</b>	<b>543,08</b>	<b>504,97</b>	<b>499,75</b>

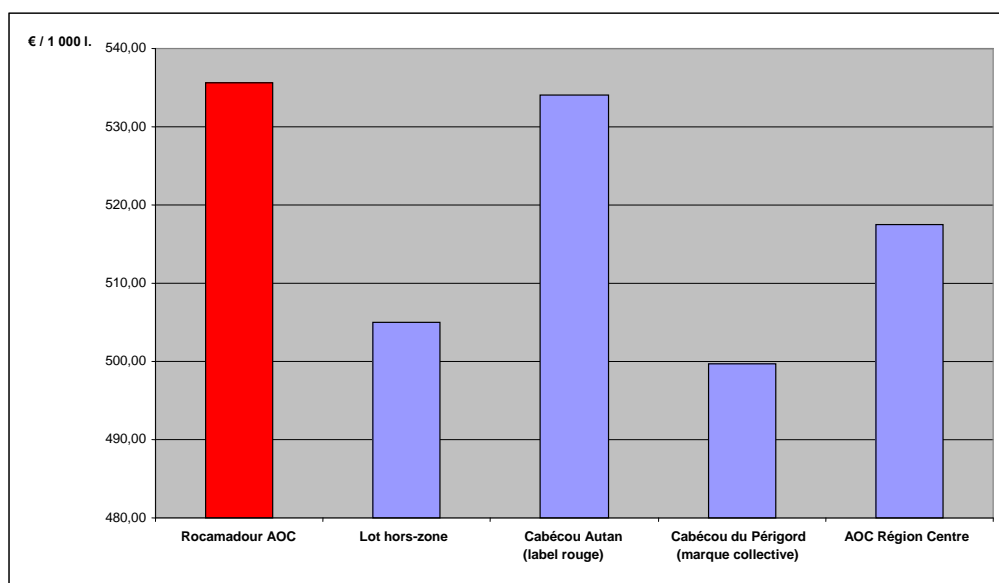
Source : enquêtes personnelles, 2007.

Le graphique suivant s'efforce quant à lui de comparer ce prix moyen annuel non pas entreprise par entreprise, mais filière par filière. Les points de comparaison sont ici des produits voisins : Cabécou d'Autan (label rouge) et Cabécou du Périgord (marque collective), et des produits plus éloignés (AOC caprines de la Région Centre<sup>28</sup>). Là encore, la tendance demeure à l'avantage du Rocamadour. L'ensemble de ces éléments confère ainsi au Rocamadour le statut d'AOC ayant le "lait le mieux payé de France", selon une expression fréquemment employée par plusieurs professionnels de la filière caprine laitière française<sup>29</sup>.

<sup>28</sup> Crottin de Chavignol, Sainte-Maure de Touraine, Selles sur Cher, Pouligny Saint-Pierre et Valençay.

<sup>29</sup> Dans les faits, les AOC Pélardon et Banon parviennent à un prix plus élevé, mais sur des volumes beaucoup plus modestes et sur une durée beaucoup plus courte (Pélardon : 200 tonnes en 2005, AOC obtenue en 2000 ; Banon : 85 tonnes en 2005, AOC obtenue en 2004).

**Figure 13 : comparaison du prix annuel moyen dans plusieurs filières (2006)**



Source : enquêtes personnelles, 2007.

Au-delà de l'approvisionnement en matière première, l'objectif de la politique de rémunération des entreprises réside dans la régularité de cet approvisionnement sur l'année. Dans la filière Rocamadour comme ailleurs, le rythme naturel de reproduction des chèvres nécessite un travail de désaisonnement des animaux pour parvenir à une lactation durant le "second semestre caprin", période durant laquelle le manque de lait se fait le plus sentir.

Ici, l'AOC a constitué un cadre au sein duquel ce problème est en passe d'être résolu. Les chiffres fournis par la fromagerie Verdier illustrent ce phénomène. Le rapport entre le pic de production (en général au mois de mai) et l'étiage (décembre) est aujourd'hui égal à 2,16. Ce chiffre était de 2,6 en 2000, et surtout de 6 au début des années 1990<sup>30</sup>. Conjugué à la possibilité de congeler le caillé, un rapport équivalent à 2 permet une gestion cohérente de la commercialisation. L'obtention de l'AOC s'est donc avérée largement bénéficiaire pour la production laitière de la zone. Nous allons voir maintenant que les apports concernent également la transformation, qu'elle soit laitière ou fermière.

### **L'AOC dans les stratégies de commercialisation**

Le discours des producteurs fermiers AOC rencontrés est relativement unanime lorsqu'il est question des volumes. L'obtention de l'appellation a permis un développement de l'activité commerciale, notamment par le biais de l'accès à la GMS, mais aussi sur les circuits courts, en vente directe auprès des touristes. A l'inverse, les fermiers hors AOC ont désormais moins de marge de manœuvre pour se démarquer, hormis à travers les mentions "lait cru" et "fermier". Ils sont donc confrontés à une difficulté accrue pour fidéliser la clientèle.

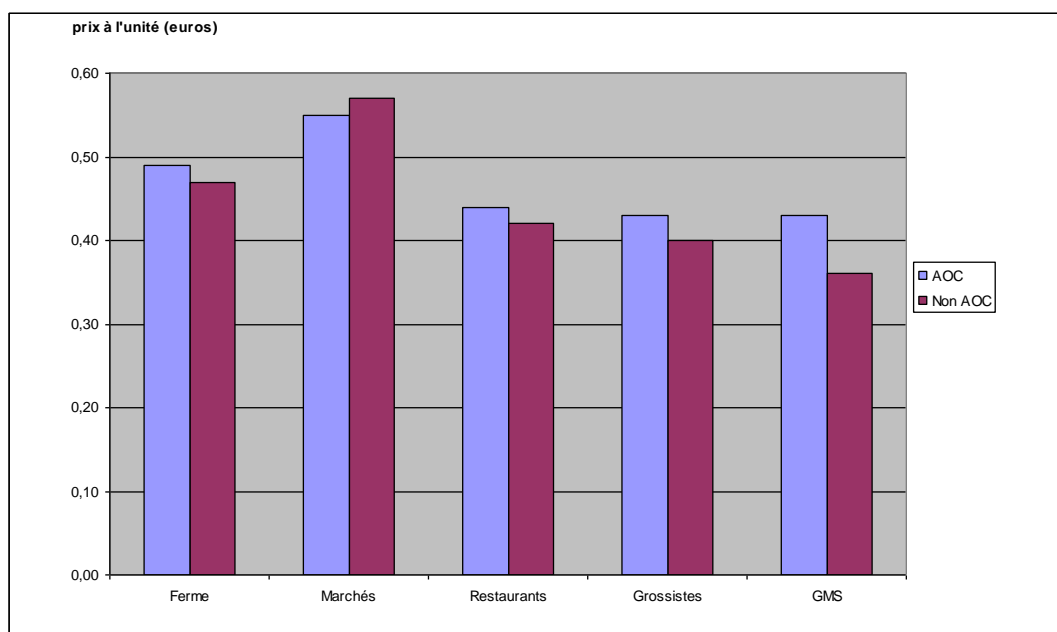
En ce qui concerne la valorisation des produits, les avis semblent plus partagés. De nombreux producteurs fermiers interrogés ne perçoivent pas d'augmentation de prix imputable à l'appellation. Les dirigeants de la filière estiment quant à eux n'avoir pu profiter de l'AOC

<sup>30</sup> Source : fromagerie Verdier, 2007.

pour accroître les prix, étant donné qu'en 1996, ceux-ci étaient en effet déjà extrêmement élevés.

Pour autant, les chiffres semblent quelque peu démentir cette impression. Des enquêtes réalisées en 2005<sup>31</sup> concernant 45 producteurs fermiers (25 en AOC et 20 non AOC) permettent de comparer les écarts en fonction des différents circuits de commercialisation. Les résultats corroborent les discours notamment pour ce qui est des ventes directes et sur les marchés, où le différentiel est faible, voire défavorable à l'AOC. En revanche, on se rend compte de l'intérêt de l'appellation dès lors que l'on "sort" de la région : 0,3 € de différence en faveur de l'AOC chez les grossistes, 0,7 € en GMS (prix hors taxe, au départ de l'exploitation, figure 14).

**Figure 14 : différentiel de prix entre Rocamadour fermier AOC et cabécou par circuit (2005)**

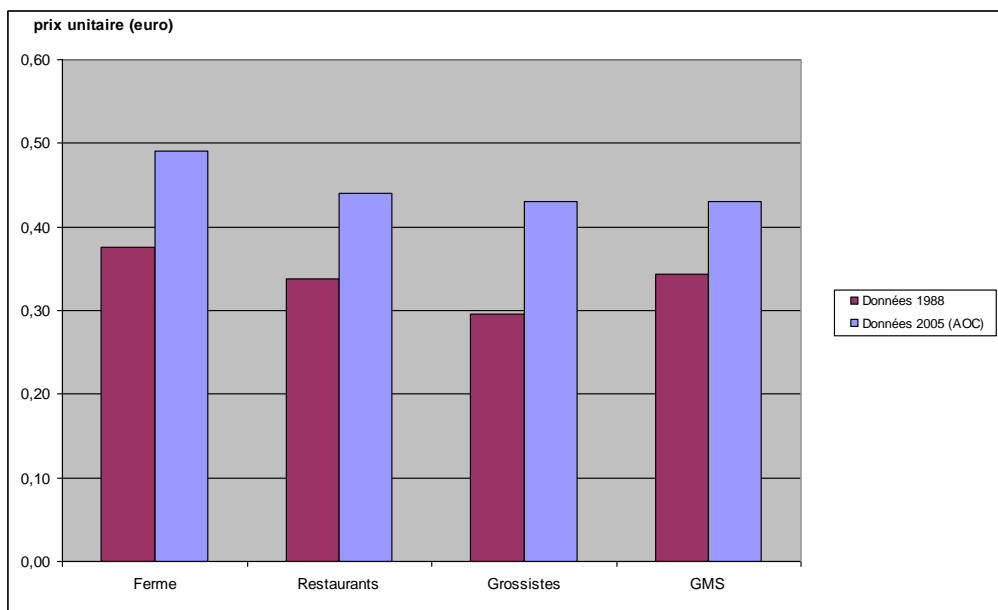


Source : enquêtes personnelles, 2007.

L'introduction d'une perspective historique permet d'affiner encore la démonstration. Les données AOC de 2005 du précédent graphique sont ici comparées à des données datant de 1988 (8 ans avant l'obtention de l'AOC), réalisées auprès d'un grand nombre de producteurs fermiers. On voit bien ici le changement de statut du produit, avec une hausse des prix unitaires allant de 0,9 € pour la GMS à 0,13 € chez les grossistes (figure ci-dessous).

<sup>31</sup> Les données présentées dans les figures 14, 15 et 16 sont tirées de la thèse de L. Couzinet (2005), consacrée notamment à l'AOC Rocamadour (voir bibliographie).

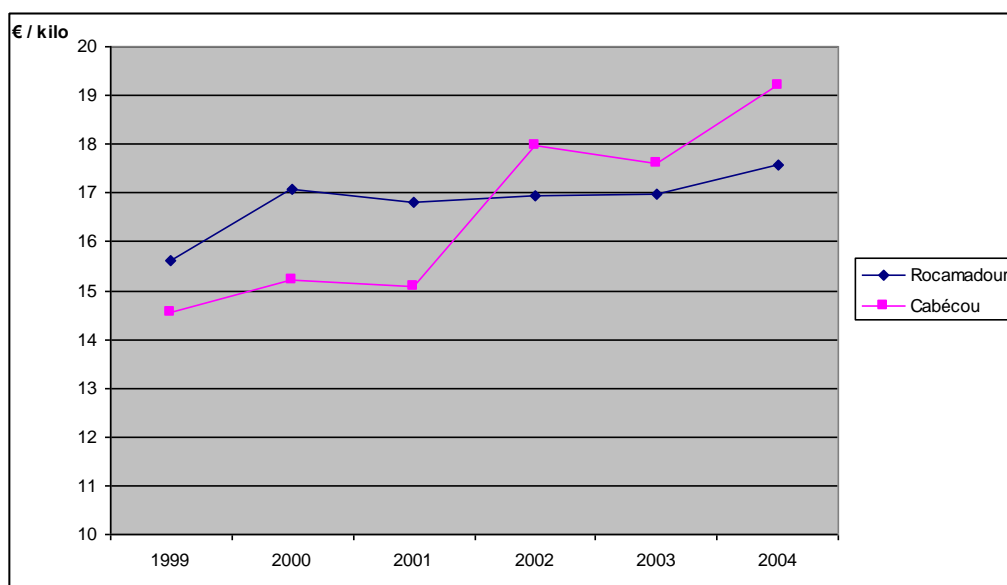
**Figure 15 : évolution de la valorisation des Rocamadour fermiers (1988-2005)**



Source : enquêtes personnelles, 2007 ; Agro-Industrie Consultants, 1988.

Pour les entreprises de transformation, l'impact de l'AOC est d'abord constaté à travers le référencement en GMS, quasiment impossible à obtenir sans signe de qualité. Pour la grande distribution, la "possession" de l'ensemble des produits d'appellation est devenue un point de passage obligé dans leur stratégie d'offre. De plus, pour les entreprises rencontrées, l'AOC agit comme un "facilitateur" dans les négociations avec les distributeurs dans la mesure où elle permet d'écouler des produits de diversification (bûches, crottins...) en quantité plus importante. Les niveaux de prix des Rocamadours artisanaux en GMS sont délicats à analyser. Le graphique ci-dessous compare la moyenne annuelle de prix (toutes enseignes confondues) pour le Rocamadour et pour les autres types de cabécous (fermier, du Périgord, d'Autan...). Fondés sur plusieurs centaines de relevés réalisés en magasin depuis 1999, les résultats ne sont en aucun cas représentatifs, et ne font qu'exprimer une tendance de fond.

**Figure 16 : comparaison des prix consommateurs de Rocamadour et de cabécous (1999-2004)**



Source : enquêtes personnelles, 2007.

De ce graphique, on peut constater une grande stabilité du prix de l'AOC, qui a augmenté de 12 % en 5 ans. Le cabécou générique a quant à lui connu une hausse de 31 % durant la même période, ce qui lui permet de "dépasser" le niveau de prix AOC entre 2001 et 2002. Ces résultats ne remettent pas nécessairement en cause la "performance" des entreprises de la filière. Les metteurs en marché expliquent en effet que le Rocamadour AOC est traditionnellement moins cher en GMS que bon nombre de cabécous du fait de la forte proportion d'AOC commercialisés sous marque de distributeur, pratique qui a tendance à "écraser" quelque peu les prix.

Ainsi, au vu des informations présentées, l'apport du signe de qualité à la filière Rocamadour apparaît avéré. Souvent considérée comme un exemple de réussite économique parmi les AOC fromagères françaises, le Rocamadour remplit semble-t-il sa mission de développement territorial. Pour autant, la filière est confrontée à différents défis qui sont autant de facteurs de fragilité pour l'avenir. Ce sont des défis qu'il faut examiner maintenant.

#### **4. Les enjeux du développement de la filière**

La fragilité de la filière concerne différents aspects, qui vont de l'appropriation locale du produit jusqu'à la commercialisation, en passant par les dynamiques du bassin de production.

Grâce à une stratégie de communication – locale comme nationale – cohérente, le Rocamadour a su s'imposer comme un produit faisant désormais partie du "paysage fromager" français, notamment en GMS, où sa notoriété ne se dément pas. Néanmoins, à l'échelle locale, la prééminence historique du terme "cabécou" est encore vivace. Sur les marchés notamment, les producteurs fermiers ont toutes les peines du monde à imposer la dénomination Rocamadour aux résidents, qui continuent de parler de cabécou, et qui bien souvent ne veulent pas entendre parler de Rocamadour (omniprésence du site touristique). Ainsi, la "lutte" entre les dénominations AOC et générique semble être une affaire de génération.

En ce qui concerne les bassins de production, les responsables de la filière s'attendent à une importante vague de restructuration au niveau des exploitations – notamment fermières – dans les années à venir. Aujourd'hui, la reprise de certaines grandes exploitations apparaît très difficile (plus de 200 chèvres en production fermière). Les investissements et la quantité de travail à fournir font souvent peur. Sans parler de cessation laitière, le Lot contraste néanmoins avec certains bassins caprins comme l'Aveyron (zone AOC ou non).

Le rythme des installations semble également poser problème, à l'image de la production laitière française dans sa globalité (astreinte). Certains professionnels estiment en outre que l'AOC souffre en plus d'un certain nombre de handicaps inhérents au contenu du cahier des charges (limitation des concentrés, origine de l'alimentation, chargement à l'hectare), susceptible de nuire à l'attractivité du métier. Pour tenter de remédier à ce problème, des études sont en cours afin d'évaluer les avantages de la monotraite (une traite par jour au lieu de deux) afin de simplifier le travail. Reste à savoir si la baisse inévitable des litrages et des taux liée à cette pratique ne s'avère pas dommageable à la pérennité de la filière.

Si la valorisation de la matière première apparaît comme un atout de la filière, la spécificité du secteur laitier (rentabilité faible, charges importantes, astreinte) fait que le prix

du lait est jugé trop bas au regard des contraintes du cahier des charges. Le problème semble venir non pas du niveau de rémunération lui-même, mais de sa stagnation depuis dix ans, alors que dans le même temps, on assiste à une élévation du prix dans les régions situées autour du Lot<sup>32</sup>.

Pour illustrer ce point, il convient d'approfondir les données fournies par la fromagerie Verdier au sujet du prix de base. Sur l'ensemble des producteurs collectés, le différentiel entre AOC et hors zone – 38,11 € / 1 000 l. – n'est en effet plus que de 20 € (exactement 19,97) une fois les critères bactériologiques et physicochimiques appliqués. Le lait collecté en hors zone semble donc avoir quasiment "grignoté" la moitié de son retard. L'explication principale est à rechercher dans la pratique de l'ensilage et de l'utilisation des concentrés, qui en hors zone permet d'avoir des taux de matière grasse plus élevés et surtout moins aléatoires qu'avec une alimentation conforme au cahier des charges (fourrages, limitation des concentrés). En outre, l'ensilage implique en général de meilleures performances laitières, et donc un revenu supérieur.

Au vu de ces chiffres, un producteur situé hors de la démarche AOC peut tout à fait dégager une rémunération supérieure à un producteur engagé dans l'AOC, à condition qu'il soit performant du point de vue quantitatif comme qualitatif. Plusieurs producteurs rencontrés nous confient d'ailleurs que dans l'absolu, ils préféreraient être collectés sur la base de la grille hors AOC et jugent insuffisant le niveau de prix AOC. La fromagerie vient d'ailleurs de réviser sa grille afin de marquer davantage le différentiel. Etant donné le contexte commercial incertain et la concurrence accrue de la part de produits génériques parfois très proches, sa marge de manœuvre reste toutefois étroite.

En ce qui concerne la production fermière, la présence de l'appellation a certes permis une augmentation du prix du fromage et a contribué dans le même temps à homogénéiser les pratiques tarifaires des producteurs. Ce dernier point est perçu comme un effet pervers par plusieurs interlocuteurs, qui estiment que les petites exploitations (entre 50 et 100 chèvres) ont plus de mal à s'aligner étant donné qu'elles ont des coûts de production supérieurs.

En conclusion, en dépit de bénéfices incontestables, la filière AOC Rocamadour demeure confrontée – à l'instar de l'ensemble des AOC fromagères – à une fragilité latente, et doit s'efforcer en permanence de trouver un juste équilibre entre le maintien / développement de son bassin de production, la typicité de son produit et les impératifs commerciaux. Des arbitrages sont donc à opérer, tout en ne perdant pas de vue les objectifs initiaux.

---

<sup>32</sup> Notamment en Aveyron, qui a connu ces dernières années un important développement de la production de lait de chèvre sous l'impulsion du groupe Lactalis.

## **II. L'Agneau Fermier du Quercy : une dynamique pour le maintien / développement d'un bassin de production**

Obtenu en 1990, le Label Rouge "Agneau Fermier du Quercy" fait suite au label régional du même nom, mis en place dès 1982 dans le but de démarquer la production de viande ovine du département du Lot. A travers une démarche qualitative originale et totalement novatrice à l'époque, les professionnels lotois sont parvenus à impulser une dynamique ovine qui fait aujourd'hui du département la référence française pour cette production, tant en termes techniques (compétence d'élevage, génétique, transformation) que d'un point de vue plus politique, nombre de responsables professionnels locaux ayant des responsabilités dans les sphères nationales comme internationales.

### **1. La trajectoire historique du produit**

#### **L'histoire du produit et de la démarche**

En France comme en Europe, le mouton avait comme fonction principale la production de laine. La viande n'était alors qu'un sous produit. Il faudra attendre la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle et une crise sur ce secteur due à la concurrence internationale pour contraindre les acteurs à chercher des alternatives. Un clivage se produit alors entre les zones herbagères (Limousin, Poitou, Pays de Loire), qui verront le développement de races locales croisées avec des animaux anglais, et le sud de la France, davantage tourné vers les races rustiques (production de viande ou de lait, comme dans le Sud-Aveyron).

Dans cette optique, le Lot s'affirme dès les années 1950 comme un bassin de premier plan pour la production de viande ovine à partir d'un agneau jeune (race "Causse du Lot"), caractérisé par une viande claire, tendre et au goût peu prononcé. La présence de nombreux marchands abattant les animaux sur place et les expédiant sur Paris, conjuguée à l'émergence progressive de la grande distribution, contribue à la naissance d'une réputation : celle de l'Agneau du Lot.

Le développement des outils d'abattage dans le département nécessitant une rentabilité suffisante, les professionnels se tournent dès lors vers les pays de l'Est (Pologne, Hongrie) afin de faire venir sur place davantage d'animaux<sup>33</sup>. Sur les marchés locaux comme nationaux, ces animaux conservaient toutefois la dénomination "Agneau du Lot", du fait qu'ils étaient abattus sur place, au grand mécontentement des producteurs lotois.

Les dérives inévitables inhérentes à un tel système amènent finalement les responsables locaux à s'interroger sur leurs pratiques. Sans parler encore de traçabilité, ils sont ainsi parmi les premiers en France à réfléchir à la mise en place d'un suivi des animaux, de l'achat jusqu'à la commercialisation. A cette époque, l'un des seuls moyens existants mis à leur disposition résidait dans les labels régionaux, issus de la politique de décentralisation. La Région Midi-Pyrénées parvient donc à convaincre les producteurs lotois à entrer dans une démarche "label régional" avec la dénomination "Agneau Fermier du Quercy", la réputation

---

<sup>33</sup> En 1981, 800 000 agneaux ont été abattus dans le Lot, alors que le département ne comptait que 215 000 brebis (source : AEAFL, 2007).

du terme "Agneau du Lot" étant dès lors largement entachée. Nous sommes alors en 1982 et l'Association des Eleveurs d'Agneaux Fermiers du Lot (AEAFL) voit également le jour durant la même année<sup>34</sup>.

Pour la première fois en France, les agneaux sont identifiés grâce à des boucles et à la tenue d'un carnet d'agnelage. En partie grâce aux aides régionales, la production d'agneau se développe de manière significative, avec une valorisation relativement intéressante. Plusieurs épisodes jalonnant l'histoire de la filière mettent à mal ce fragile succès : la fin des aides régionales (1986), la baisse des prix à la production en France (à partir de 1987), et surtout l'achat massif d'agneaux par des négociants espagnols à des prix très élevés (automne 1989). Les producteurs lotois décident donc de vendre leurs animaux vivants (et plus légers<sup>35</sup>) plutôt que de les engraisser pour le label, qui cesse de fonctionner pendant plusieurs mois.

Construit grâce à la présence du label et principalement dédié à cette production, l'abattoir de Gramat entre dans une période délicate, ce qui amène les responsables de la filière à envisager le passage au label rouge, espérant ainsi générer un électrochoc sur la région<sup>36</sup>. Un travail est donc engagé à la fin de l'année 1989 sur la construction d'un cahier des charges. Obtenu en 1990, le label rouge verra sa production réellement démarrer l'année suivante. Face aux difficultés d'approvisionnement en contre-saison<sup>37</sup>, la démarche est également l'occasion pour les éleveurs de s'engager à fournir des agneaux toute l'année et pour les abatteurs de rémunérer ces efforts en conséquence.

La filière émerge donc réellement à partir de 1991, sous l'impulsion d'un groupe coopératif (la CAPEL : Coopérative Agricole, Production et Elevage du Lot) et d'un abatteur : Centre Sud<sup>38</sup>. Les premières labellisations permettent aux éleveurs d'obtenir dès 1992 une plus-value sur le prix de vente des animaux. Rejointe ensuite par un autre groupement (le GEOC : Groupement d'Elevages Ovins Caussenards) et un abatteur privé (établissements Destrel), la filière entame alors un travail de sélection génétique afin d'améliorer la conformation des animaux. Les Caussenardes du Lot sont ainsi croisées avec des béliers "Ile de France", ce qui donne naissance à une nouvelle race : la "F1 46", parfaitement adaptée à la demande de la filière (conformation, goût).

Afin de poursuivre le développement de la production, les professionnels lotois décident de fédérer l'ensemble des filières ovines qui adhéraient au groupe Arcadie Sud-Ouest (Pyrénées, Aveyron, Tarn) afin de construire une marque collective privée : l'agneau des Pays d'Oc (1992). Voulu comme complémentaire à l'Agneau Fermier du Quercy, la marque Pays d'Oc bénéficie également du label rouge et concerne un nombre d'intervenants bien plus important (groupements CAPEL, UNICOR et GCO<sup>39</sup> ; abatteurs Arcadie Sud-Ouest et Bigard).

---

<sup>34</sup> Suite à la réforme en cours des services de l'INAO, la refonte des statuts verra la naissance d'un nouvel intitulé : l'Association Agneau Fermier du Quercy.

<sup>35</sup> Les animaux vendus en vifs (autour de 23 kilos) étaient alors mieux rémunérés que les carcasses (35 à 40 kilos, principalement sous l'influence des taux de change défavorables à la France).

<sup>36</sup> A cette époque, les études consommateurs montrent que les labels régionaux ne sont pas réellement considérés comme des garanties de qualité, seul le label rouge semble alors entrer dans cette catégorie.

<sup>37</sup> La contre-saison implique des animaux nés en juillet et abattus environ 100 jours plus tard en octobre, ce qui est à l'opposé des habitudes des éleveurs. La Caussenarde du Lot se prête malgré tout relativement bien à ces pratiques de désaisonnement.

<sup>38</sup> Structure qui deviendra "Arcadie Sud-Ouest" quelques années plus tard.

<sup>39</sup> Union des Coopératives du Rouergue, Groupe Coopératif Occitan.



Ainsi, l'abattoir de Gramat, seule structure habilitée à produire de l'Agneau Fermier du Quercy, commercialise également de l'agneau sous la marque Pays d'Oc. Le choix de l'une ou de l'autre filière se fait uniquement en fonction des débouchés. Nous verrons plus loin que pour les éleveurs, la rémunération demeure identique dans les deux cas. La zone de production de la filière concerne l'intégralité du département du Lot, ainsi que des cantons localisés en Dordogne, Corrèze, Aveyron et Tarn et Garonne.

**Figure 17 : la zone de production de l'Agneau Fermier du Quercy**



Source : AEAFL, 2007.

### Les atouts de la filière

Ainsi, les différents labels qui se sont succédés (régional puis rouge<sup>40</sup>) se sont inscrits dans une dynamique globale qui a donné naissance à un système à part entière, tant du point de vue productif que technique, système dont la pérennité ne s'est jamais démentie jusqu'à aujourd'hui. La démarche est à l'origine d'une série d'innovations fondées sur une recherche de traçabilité, dans un contexte général marqué à l'époque par un certain scepticisme. Ce n'est qu'avec les premières crises alimentaires – notamment l'ESB en 1996 – que des filières telles que l'Agneau Fermier du Quercy prendront toute leur pertinence.

Au-delà la sécurité alimentaire, c'est l'organisation même de la production qui est repensée : on introduit un classement des agneaux avec un paiement à la qualité, on signe des contrats avec les clients, on apprend à gérer différemment les troupeaux. On crée en quelque sorte les conditions du développement de la filière. Le Lot est dès lors érigé en référence nationale pour la production de viande ovine, comme le Sud-Aveyron pour le lait de brebis<sup>41</sup>. L'abattoir de Gramat devient le lieu central du bassin de production, il est aujourd'hui le

<sup>40</sup> A noter que l'Agneau Fermier du Quercy a obtenu une IGP en 1996.

<sup>41</sup> Plusieurs professionnels lotois ont des responsabilités importantes dans les instances régionales (interprofession ovine), nationales (Fédération Nationale Ovine), et même internationales (Union Européenne, Organisation Mondiale du Commerce).

troisième site d'abattage ovin en volumes au niveau français, le premier pour la production sous label<sup>42</sup>. Les bénéficiaires ainsi induits par la présence du signe de qualité sont tous inhérents à cette dynamique productive originale au sein de laquelle le label lui-même joue un rôle central.

## **2. La structure et l'organisation de la filière**

Créée en 1982, l'Association des Eleveurs d'Agneaux Fermiers du Lot a obtenu le label régional quelques mois après, elle regroupe aujourd'hui l'ensemble des intervenants de la filière. Les 239 producteurs adhérents livrent leurs animaux à trois groupements : la CAPEL (281 éleveurs adhérents<sup>43</sup> au label), le GEOC (94 adhérents) et l'ADEL 46 (Association pour le Développement de l'Élevage Lotois, 4 adhérents). Ces groupements fournissent les deux abatteurs basés à Gramat : le GEOC et l'ADEL 46 travaillent uniquement avec Destrel, tandis que la CAPEL traite principalement avec Arcadie Sud Ouest.

A la différence du GEOC, qui est un groupement spécialisé en ovin, la CAPEL est une structure multi produits née en 1975 (approvisionnement, élevage, fruits et légumes, foie gras...) qui compte environ 4 500 adhérents. Arcadie Sud Ouest est constitué du capital de trois coopératives : Lur Berri (Pays Basque), CAPEL (Lot) et UNICOR (Aveyron). La SA Destrel est quant à elle une entreprise familiale qui abat, découpe et livre à partir de son atelier attenant à l'abattoir, de l'autre côté, le site Arcadie Sud Ouest de Gramat n'est qu'un centre d'abattage et d'expédition. Seul Arcadie Sud-Ouest produit simultanément les deux labels rouges.

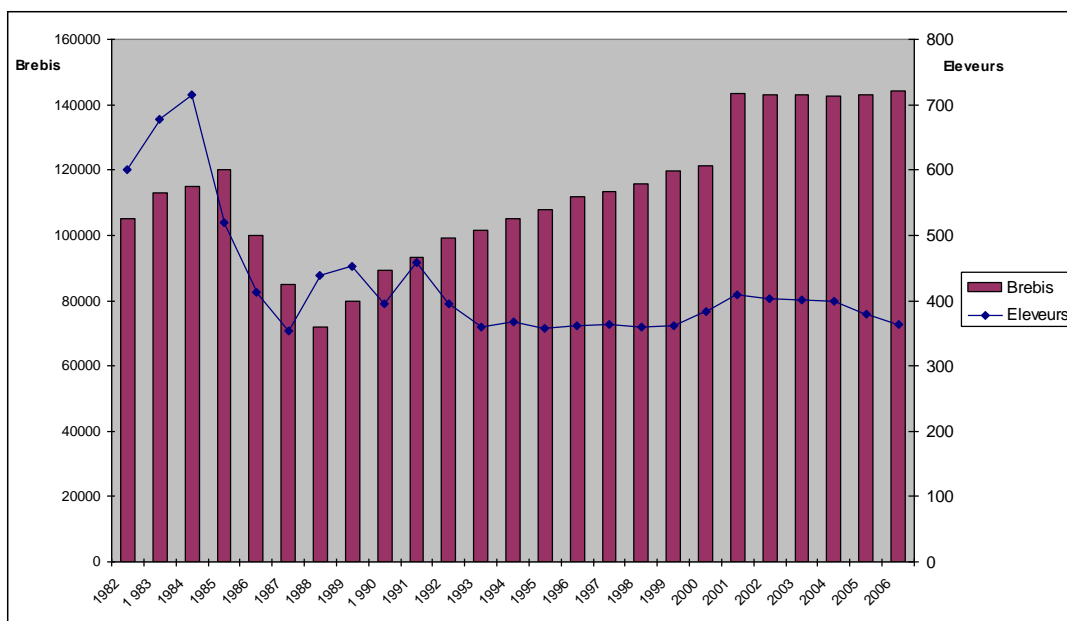
D'un point de vue quantitatif, le développement de la production est incontestable. Les données de base fournies par l'AEAFI en attestent, notamment en ce qui concerne le nombre de brebis et d'éleveurs adhérents de la structure. Le graphique ci-dessous montre l'augmentation du nombre d'animaux dans les exploitations, et surtout le remarquable maintien de celles-ci, notamment à partir de 1993. Ces deux courbes sont une preuve du dynamisme de l'activité.

---

<sup>42</sup> Le site emploie 32 personnes, les abatteurs qui utilisent l'outil (Arcadie Sud-Ouest et Destrel) représentent quant à eux environ 40 personnes, sans compter les nombreux emplois saisonniers.

<sup>43</sup> La CAPEL compte en fait 281 adhérents aux labels Quercy et Pays d'Oc, la moitié de cette population cotisant à l'AEAFI.

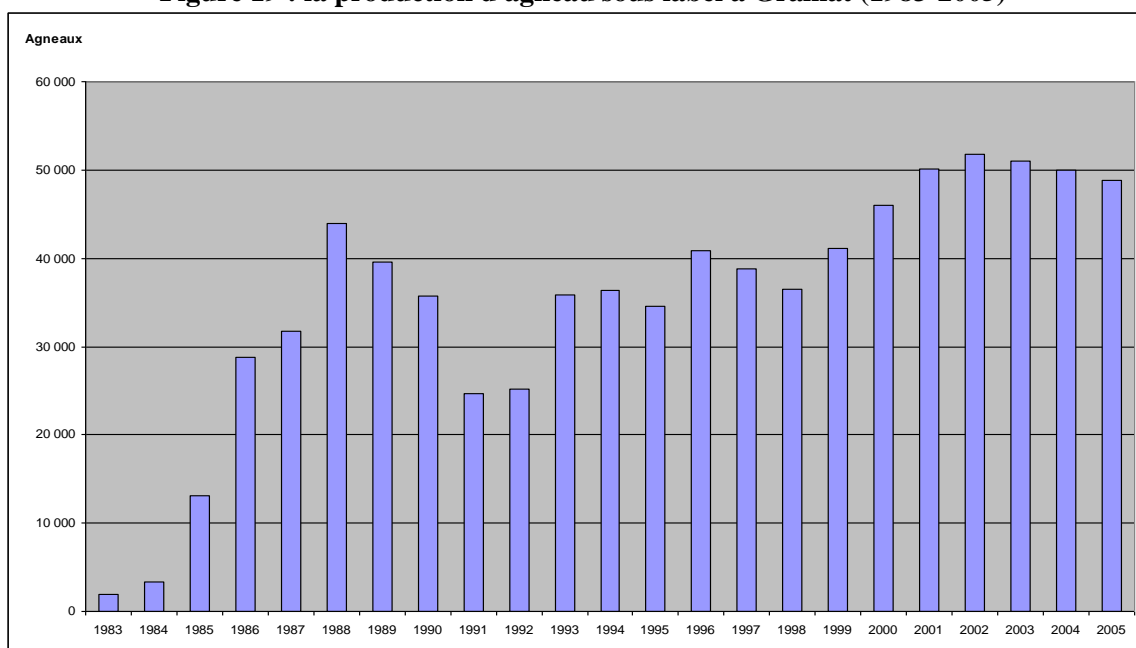
**Figure 18 : évolution du nombre d'adhérents et de brebis à l'AE AFL (1982-2006)**



Source : AE AFL, 2006.

Les chiffres de la commercialisation illustrent également ce phénomène. Les données présentées ici correspondent à l'ensemble de la production ovine sous label de l'abattoir de Gramat (Quercy et Pays d'Oc, figure ci-dessous).

**Figure 19 : la production d'agneau sous label à Gramat (1983-2005)**



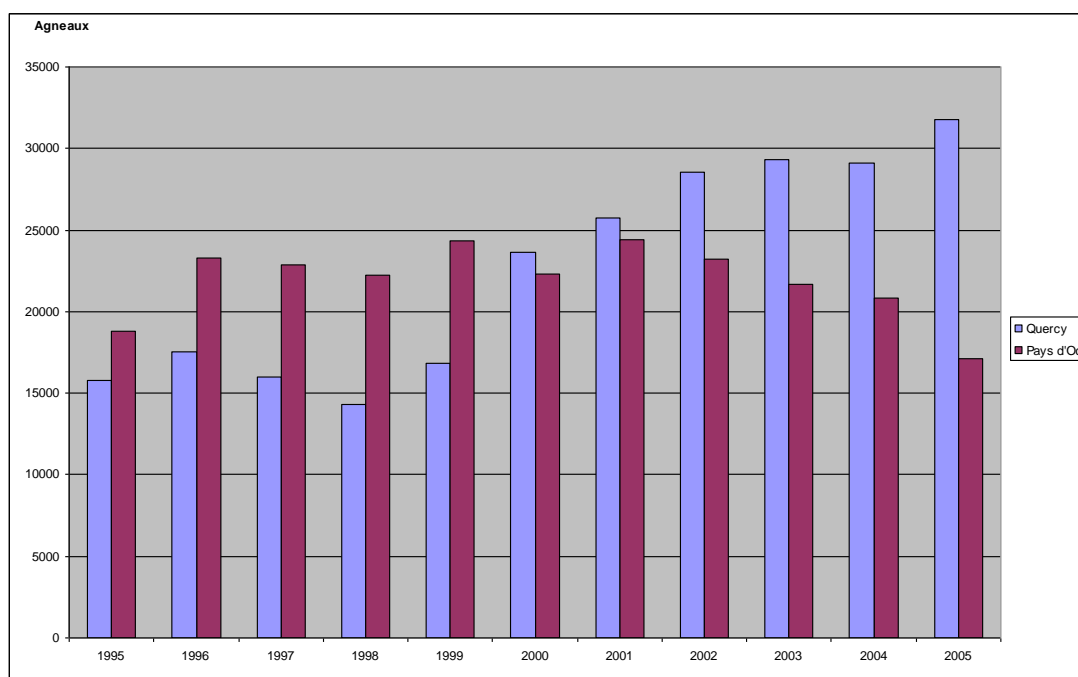
Source : AE AFL, 2006.

Ce graphique appelle plusieurs commentaires. Le décollage des premières années est en partie imputable aux aides régionales et nationales. On peut également citer la généralisation du désaisonnement, qui aboutit aux premiers essais de production à l'automne 1987 (sans réel succès à l'époque). Le coup d'arrêt de 1989 correspond aux achats d'agneaux légers par des négociants espagnols évoqués plus haut et à une baisse généralisée des cours. L'obtention du label rouge en 1991 se conjugue à de nouvelles aides régionales liées à

l'engagement des producteurs de fournir des animaux tout au long de l'année. Les premiers animaux labellisés sont commercialisés l'année suivante, qui voit également la naissance de Pays d'Oc. Le développement de la production entre alors dans une nouvelle phase et profite de la montée en puissance de la GSM, ainsi que des différentes crises sanitaires. Si les années 1992-95 font état d'une certaine stagnation (segmentation de l'agneau standard à travers "l'Agneau de Tradition Bouchère", les années 1996-97 voient par le "décollage" d'un second abatteur, ce qui permet à la filière de franchir un nouveau pallier.

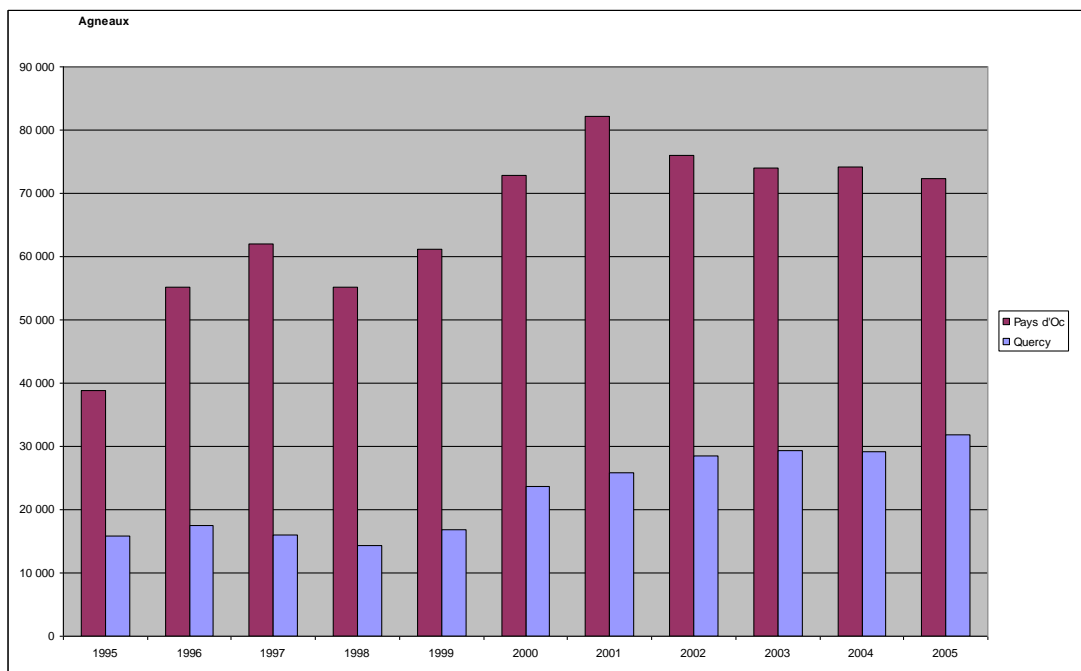
Indissociables d'un point de vue productif et commercial, les labels Pays d'Oc et Quercy connaissent cependant des évolutions très contrastées. Ainsi, l'activité de l'abattoir de Gramat est aujourd'hui principalement portée par Quercy. Pays d'Oc représentait jusqu'en 1999 la majeure partie des tonnages, mais a progressivement perdu du terrain pour ne représenter que 35 % du volume label de l'abattoir en 2005 (17 000 animaux contre 32 000). Si l'on envisage Pays d'Oc dans sa globalité (abattoirs de Gramat, Castres et Rodez), le rapport de force est tout autre puisque le label représente environ 72 000 animaux, avec une certaine régression des ventes depuis 2001 (figures 4 et 5 ci-dessous).

**Figure 20 : évolution de la production Quercy et Pays d'Oc à Gramat (1995-2005)**



Source : AEAFL, 2006.

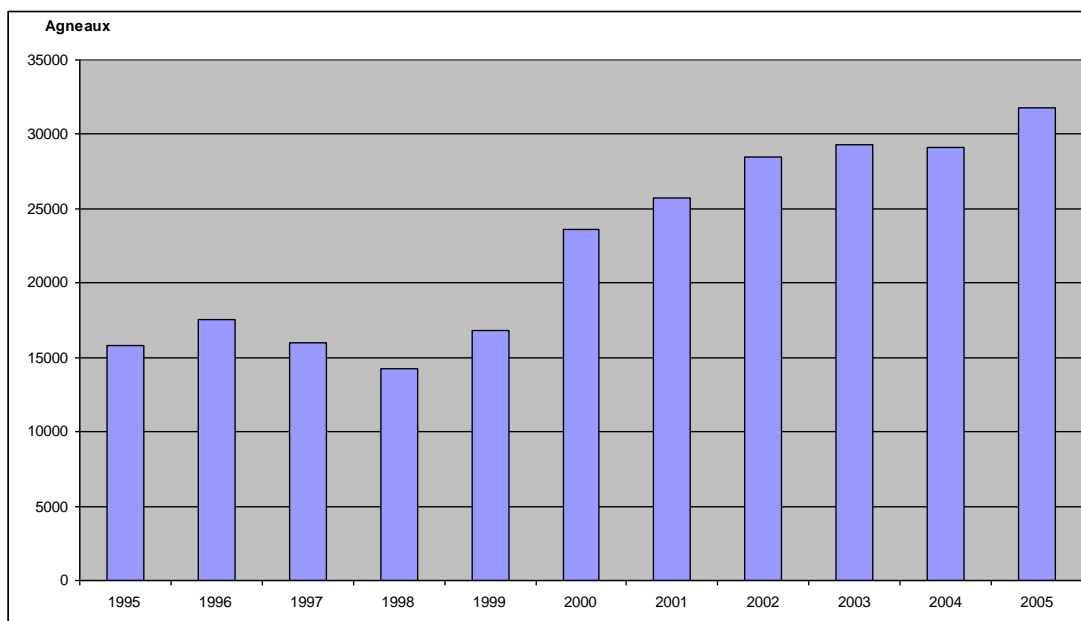
**Figure 21 : évolution de la production Quercy et Pays d'Oc globale (1995-2005)**



Source : AEAFL, 2006.

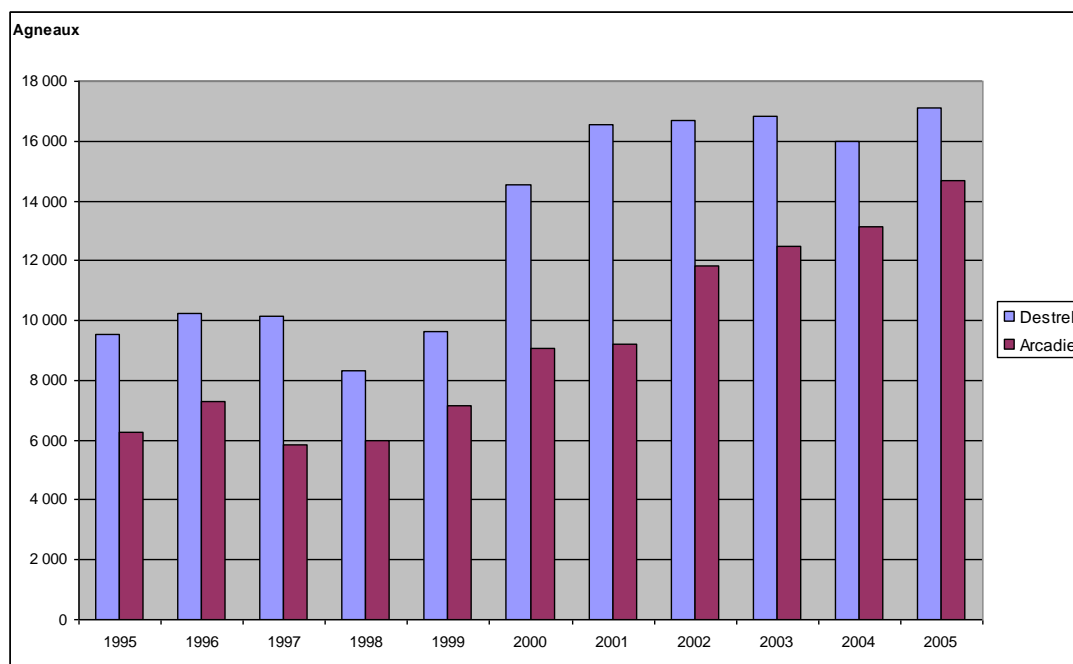
Les données concernant uniquement l'Agneau Fermier du Quercy portent également sur la période 1995-2005. On constate là encore un développement considérable puisque la production fait plus que doubler sur cette période en passant de 15 000 à 32 000 agneaux. La montée en puissance du second abatteur après 1997 est également visible, elle l'est d'autant plus lorsque l'on distingue leur apport effectif (figures 6 et 7 ci-dessous).

**Figure 22 : évolution de la production d'Agneau Fermier du Quercy (1995-2005)**



Source : AEAFL, 2006.

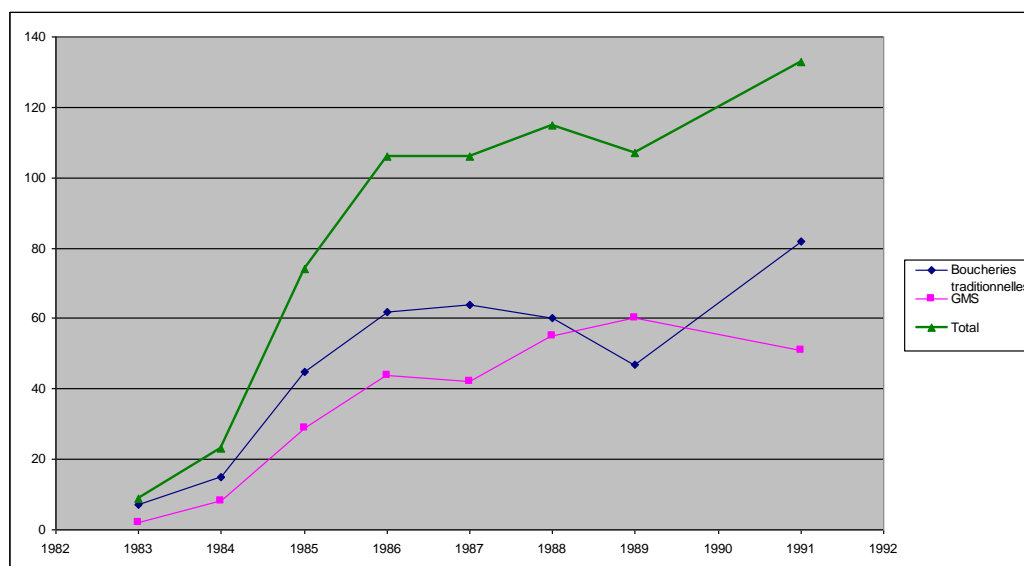
**Figure 23 : évolution de la production d'Agneau Fermier du Quercy par abatteur (1995-2005)**



Source : AEAFL, 2006.

Dernière illustration que l'on peut donner du développement de la filière : l'évolution du nombre de points de vente fournis en exclusivité, qui connaît un essor rapide après 1986. Ces points de vente concernent bien entendu la France entière, avec une prédominance de la région parisienne.

**Figure 24 : évolution du nombre de points de vente (1982-1992)**



Source : AEAFL, 2007.

Ces quelques chiffres dévoilent les principales tendances observées par la production d'agneau sous label dans le département du Lot. Ils montrent à quel point Quercy et Pays d'Oc sont intimement liés. Pour un producteur donné, il est impossible de savoir à l'avance quel sera le débouché de sa production, étant donné que la rémunération demeure identique. Cet aspect est laissé à la stratégie de l'abatteur. Dans l'absolu, le producteur n'est donc pas maître

du devenir de son animal. On peut toutefois objecter que c'est rarement le cas dans le secteur des produits carnés.

Ainsi, sur la zone couverte par l'AE AFL, on a coutume de dire que pour cinq agneaux nés, quatre sont effectivement conformes au label, mais les débouchés permettent seulement à deux d'entre eux d'être commercialisés dans ce circuit. Les autres demeurent dans le circuit conventionnel, ceci malgré leur conformité vis-à-vis du cahier des charges label rouge Agneau Fermier du Quercy, cahier dont voici les principales caractéristiques :

- agneaux abattus entre 60 et 150 jours, nés dans le département du Lot ou les cantons limitrophes,
- élevage en bergerie selon des méthodes traditionnelles : nourriture au lait de sa mère durant 70 jours au moins, compléments à base de céréales,
- race rustique locale majoritaire : Causse du Lot.

Comme pour le Rocamadour, la production d'agneaux sous label constitue la principale activité des exploitations engagées dans la démarche. Les bénéfices inhérents à la présence du signe de qualité sont donc intimement liés à ce contexte particulier.

### **3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité**

Les informations collectées sur le terrain font apparaître des effets positifs au niveau du bassin de production, de la rémunération des éleveurs et des pratiques commerciales des intervenants. Ce sont ces effets qu'il convient d'examiner maintenant.

#### **L'impact du label rouge au sein de son bassin de production**

Tous les responsables rencontrés soulignent le rôle bénéfique du label rouge dans une dynamique globale de développement de la production ovine dans le département, ce développement a permis d'atteindre une taille significative<sup>44</sup>, nous savons que l'Agneau Fermier du Quercy est la plus importante production ovine sous label en France. La présence d'une structure d'abattage à Gramat renforce bien entendu cette densité productive, en premier lieu visible sur les cantons caussenards (Gramat, Lauzès, Labastide Murat, Livernon, Martel et Lacapelle-Marival<sup>45</sup>). Aujourd'hui, ce cœur historique continue de se renforcer au détriment des périphéries. Cette tendance va à l'opposé du bassin de Roquefort par exemple, où la production "se déplace" des zones pastorales de cause vers les zones herbagères du Ségala.

Soutenue par des efforts techniques considérables, notamment au niveau de la sélection génétique, la démarche lotoise est ainsi allée pendant très longtemps à contre-courant de l'évolution nationale. Le graphique ci-dessous compare les trajectoires relatives suivies par les cheptels français et lotois, avec comme point de référence l'année 1988. On

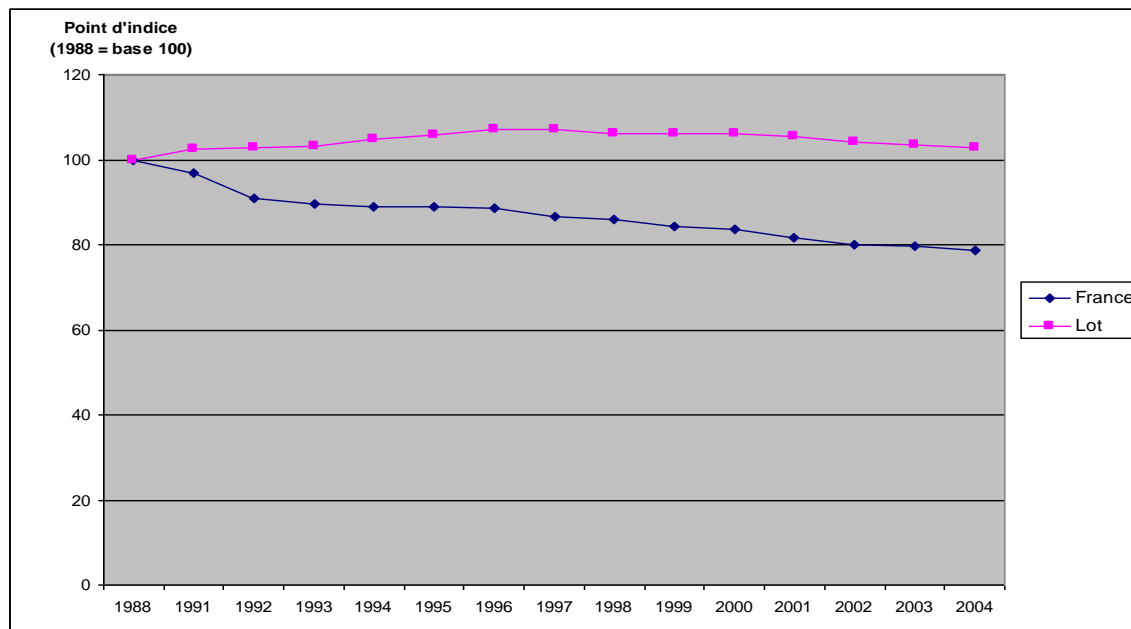
---

<sup>44</sup> Le cheptel du département comptait 200 000 têtes en 1970, il en compte 260 000 aujourd'hui (source : AE AFL, 2007).

<sup>45</sup> Les cantons cités représentent à eux seuls environ les deux tiers du nombre d'exploitations (source : AE AFL, 2007).

voit ainsi qu'en 2004, le Lot est au-dessus de son niveau de départ<sup>46</sup>, tandis qu'à l'échelon national, la baisse du cheptel ovin a été continue (pour info : de 8 à 6,5 millions de têtes sur la période, source : Fédération Nationale Ovine, 2006).

**Figure 25 : évolution relative des cheptels ovins français et lotois (1988-2004)**



Source : AEAFL, 2007, données retravaillées par J. Frayssignes.

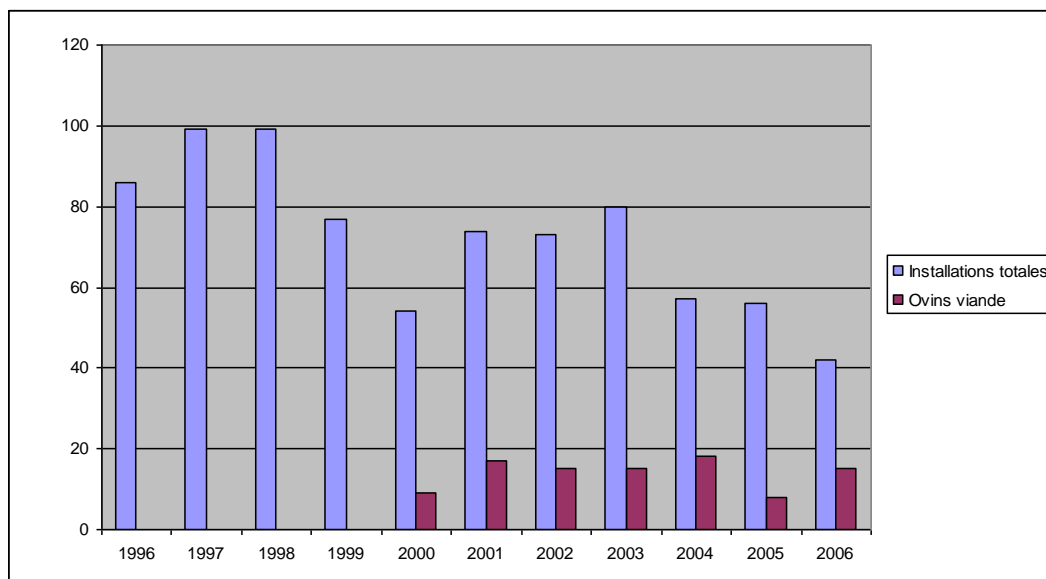
Certes, l'absence d'alternative à la production ovine dans la partie caussenard du département du Lot a été un facteur déterminant dans le maintien de l'activité. Cela ne remet pas en cause pour autant l'incontestable dynamisme des professionnels locaux. Sans être exclusif, le label rouge a bien entendu joué un rôle central dans cette trajectoire particulière.

L'ampleur de l'activité ovine nous amène tout naturellement à nous intéresser à sa contribution au processus d'installation. Les données concernant le département du Lot permettent comme pour Rocamadour de fixer une tendance. Si les ateliers bovins (lait et viande) fournissent la majorité des effectifs, les ovins viande arrivent en troisième position avec 22 % des installations aidées sur la période 2000-2006, dont une "pointe" à 35 % pour la dernière année (graphiques ci-dessous).

<sup>46</sup> Si l'on considère les chiffres bruts : le Lot (248 000 animaux en 1988) voit son cheptel augmenter jusqu'en 1996 pour atteindre 275 000 têtes, puis "se fait rattraper" par la tendance nationale, notamment à cause de la démographie des exploitations (retraites, cessations...).

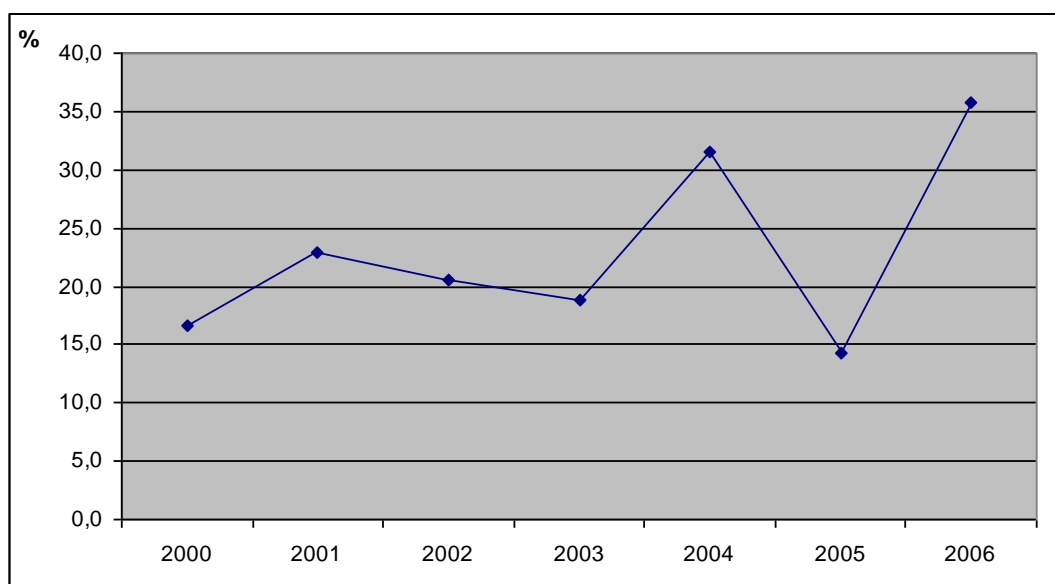


**Figure 26 : part des installations en ovin viande dans le département du Lot (2000-2006)**



Source : ADASEA, 2007.

**Figure 27 : évolution du pourcentage d'installations en ovin viande dans le Lot (2000-2006)**



Source : ADASEA, 2007.

Au sujet des données manquantes avant 2002, les responsables professionnels rencontrés nous confient que les années 1995-98 sont également de très bons millésimes pour l'activité ovin viande. La présence du label s'est d'ailleurs révélée comme une garantie pour l'obtention de la Dotation Jeune Agriculteur comme pour les banques par rapport au débouché de la production. En outre, on constate comme pour Rocamadour une certaine propension à la hausse du poids du signe de qualité dans le processus d'installation, comme si l'influence des démarches qualité sur l'activité agricole allait croissant. A une échelle plus large, il serait intéressant de savoir si ce phénomène demeure ponctuel ou bien s'il s'agit réellement d'une tendance de fond.

La contribution du label rouge s'apprécie également au vu du taux d'encadrement des éleveurs, c'est-à-dire de leur appartenance ou non à un groupement de producteurs. Les chiffres de 2005 font état d'un taux de 43 % pour le Lot (1 164 éleveurs, 500 en démarche groupement). Le taux relatif au nombre d'animaux est quant à lui beaucoup plus élevé : 86 % (220 000 sur 260 000). Ce chiffre ne dépasse pas les 50 % à l'échelle nationale pour l'activité ovine<sup>47</sup>. Bien entendu, présence en groupement ne signifie pas forcément implication dans le label, pour autant, l'engagement dans une démarche organisée apparaît comme un premier pas vers l'adhésion à un signe de qualité. Cet encadrement élevé de la production est quoi qu'il en soit un facteur déterminant de la professionnalisation des exploitations, qui constitue elle aussi un indicateur permettant de mesurer les bénéfices induits par le label rouge. Pour la mesurer, il est possible d'observer la taille moyenne des troupeaux.

**Figure 28 : comparaison de la taille moyenne des troupeaux (2006)**

	France	Lot	AEAFL
Exploitations totales	<b>98</b>	<b>222</b> (140 en 1993)	-
Exploitations professionnelles <sup>48</sup>	<b>182</b>	<b>314</b>	<b>397</b>

Source : AEAFL, 2006.

En ce qui concerne l'Association des Eleveurs d'Agneaux Fermiers du Lot, la tendance à la professionnalisation des exploitations est ancienne. Ainsi, entre 2000 et 2006, les exploitations de moins de 300 animaux sont passées de 44 à 40 % du total, tandis que celles supérieures à 500 sont passées de 17 à 23 %<sup>49</sup>.

Les dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production se mesurent également à travers les pratiques et les représentations des éleveurs. De ce point de vue, l'évolution est également significative. Aux origines, les ventes concernaient majoritairement les foires, les marchés et les négociants privés. La montée en puissance des groupements, puis l'instauration à travers le label d'une grille de paiement à la qualité ont incité les éleveurs à se préoccuper davantage de ce critère et à ajuster en conséquence leur système de production.

On constate aujourd'hui une implication plus forte vers l'aval, beaucoup d'éleveurs engagés étant attentifs au résultat de leurs livraisons et au classement des agneaux, pas seulement pour des raisons budgétaires, mais parce qu'il s'agit d'un indicateur de la qualité du travail. Les éleveurs n'étant pas engagés dans la démarche continuent de vendre tout ou une partie de leur production de manière autonome<sup>50</sup>. Ces individus recherchent alors avant tout une liberté dans la négociation commerciale, jugeant que l'appartenance à un groupement n'apporte rien de concret dans le contexte actuel.

Outre le développement des volumes, il résulte de l'ensemble des dynamiques qui viennent d'être évoquées (installation, encadrement, professionnalisation...) une adaptation du bassin de production aux exigences du marché. Ce processus peut être également envisagé

<sup>47</sup> Source : AEAFL, 2006.

<sup>48</sup> Selon le RGA, une exploitation professionnelle doit satisfaire à deux critères : une dimension économique d'au moins 8 UDE (Unité de Dimension Européenne, 1 UDE correspondant à 1,5 hectares équivalent blé) et l'emploi d'une personne pour au moins les trois quarts de son temps pendant une année.

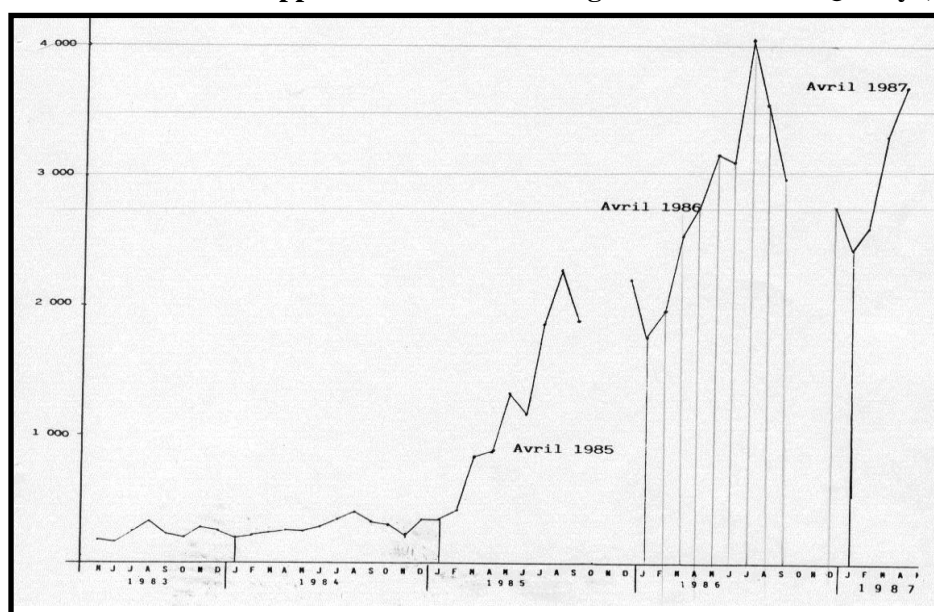
<sup>49</sup> Source : AEAFL, 2006.

<sup>50</sup> Ils passent par des marchés, des foires, ou des négociants individuels. A l'échelle départementale, ces éleveurs sont majoritaires en nombre mais minoritaires (moins du tiers) au regard du nombre d'animaux.

comme un bénéfice retiré du label rouge : l'étalement de la livraison d'animaux tout au long de l'année, dans le but de répondre à la demande.

Un bref retour en arrière nous apprend que dans les années qui ont suivi l'obtention du label régional (1983-87), le développement de la production a été fréquemment freiné par des problèmes d'approvisionnement, notamment en fin d'année. L'étalement ne figurait pas encore comme une préoccupation de la filière. Le graphique ci-dessous montre bien les interruptions de labellisation (1985, 1986) pour cause d'absence de marchandise. Ces absences répétées d'offre se sont bien entendu révélées extrêmement préjudiciables pour la filière, étant donné l'incompréhension des clients qui n'hésitent pas dès lors à se détourner de ces fournisseurs.

**Figure 29 : les difficultés d'approvisionnement de l'Agneau Fermier du Quercy (1983-1987)**



Source : AEAF, 2006.

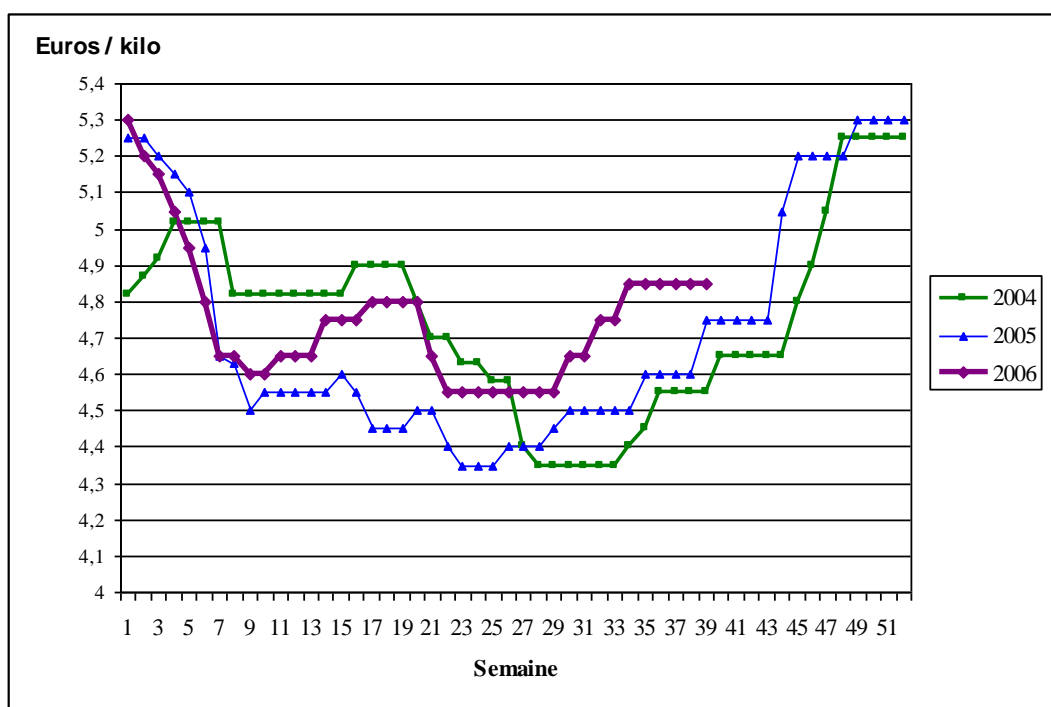
La décision de passer au label rouge était notamment sous-tendue par cette volonté de fournir toute l'année. Si le rapport entre le pic (printemps) et le creux de production (automne) était de 1 à 10 en 1991, il n'est plus que de 1 à 2 aujourd'hui. Cette préoccupation commerciale accrue est donc également à mettre au crédit du label rouge, même si elle concerne l'ensemble de la production d'agneaux et constitue de ce fait une priorité pour les groupements. Rendue possible par des efforts techniques considérables (désaisonnement, sélection...), cette politique n'aurait pas été possible sans des incitations financières significatives. C'est donc le rôle joué par le label rouge dans la rémunération des producteurs qu'il faut analyser maintenant.

### **Le label rouge dans la rémunération des producteurs<sup>51</sup>**

Identiques que l'on soit en Quercy ou en Pays d'Oc, les plus-values inhérentes au label se rajoutent à un prix de base hebdomadaire reflétant l'état du marché. L'analyse de l'évolution de ce prix de base pour la période 2004-2006 montre une tendance à la hausse, conjuguée à un lissage de la courbe au détriment des valeurs extrêmes (graphique ci-dessous).

<sup>51</sup> Les coûts de labellisation pour l'Agneau Fermier du Quercy ont été estimés par la filière à 0,19 € / kilo de carcasse (coûts internes et fonctionnement de l'association). Les coûts externes avoisinent les 0,04 € / kilo.

**Figure 30 : évolution du prix de base des agneaux dans le Lot (2004-2006)**



Source : AEAFL, 2006.

L'analyse de la plus-value label dans les deux groupements est riche d'enseignements<sup>52</sup>. Au sein du premier, la plus-value varie en fonction du classement de la carcasse (conformation, état d'engraissement)<sup>53</sup>. A cela s'ajoute une prime de 0,75 € pour les animaux produits durant les quatre semaines d'octobre. Ainsi, un agneau label bien conformé produit au mois d'octobre peut être payé en théorie 6,41 € / kilo de carcasse. Le poids moyen d'un agneau abattu étant de 17 kilo, le produit brut est de 110 €, à comparer avec les 88 € d'un agneau identique vendu dans le circuit conventionnel<sup>54</sup>.

Le système est légèrement différent dans le second groupement. La plus-value est constante toute l'année (0,38 € / kilo de carcasse), et s'élève à 1 € au cours des quatre derniers mois. Durant cette période, on a donc un différentiel théorique de 19 € par animal (107 contre 88).

Ces chiffres peuvent être également comparés au cours des agneaux conventionnels sur le marché d'Assier, qui fait référence en la matière. Les informations recueillies à l'aide de différents témoignages nous montrent un prix moyen à l'animal (vivant) autour de 80 €, mais avec de très fortes variations sur l'année, à la hausse comme à la baisse. Ainsi, un éleveur "performant" dans la négociation et profitant d'une forte demande peut très bien arriver à une rémunération équivalente, voire supérieure au label. Il faut toutefois nuancer ce propos en précisant que d'une part, les quantités qui s'échangent au cours d'une journée à Assier sont sans commune mesure avec l'activité de l'abattoir de Gramat<sup>55</sup>, et que d'autre part, si les

<sup>52</sup> L'anonymat des deux groupements a été ici volontairement respecté. Il n'est pas question ici de comparer la performance des deux structures, les approches commerciales et les modalités de calcul des prix étant totalement différentes, mais d'illustrer la plus-value label.

<sup>53</sup> Par rapport au classement EUROP, on attribue 0,46 € / kilo aux animaux classés U ; 0,38 € aux animaux R et 0,23 € aux animaux R-.

<sup>54</sup> Ces chiffres sont calculés à partir d'un prix de base de 5,20 € / kilo de carcasse.

<sup>55</sup> On a coutume de dire qu'une journée sur le marché d'Assier correspond à une journée d'activité à l'abattoir.

producteurs étaient plus nombreux sur le marché, le niveau des cours s'en ressentirait de manière mécanique. L'intérêt économique de la production sous label semble donc avéré.

A noter pour terminer qu'au sein du second groupement, une réflexion est à l'étude pour faire évoluer le système vers une plus-value variable chaque semaine en fonction des animaux effectivement commercialisés en label (entre 0,28 et 0,70 € / kilo). Il s'agit de parvenir à davantage de transparence au niveau du prix et surtout de sensibiliser les éleveurs aux fluctuations du marché afin de les inciter à produire durant les périodes de forte plus-value.

La rémunération inhérente au signe de qualité n'a pas seulement profité aux agneaux labels. L'ensemble des interlocuteurs s'accordent sur un point : le label rouge "tire vers le haut" l'ensemble de la production ovine du département. Toute la difficulté réside dans la mesure de ce phénomène. On peut ici avancer l'explication suivante : il faut savoir que la plus-value n'est pas donnée uniquement aux agneaux effectivement commercialisés en circuit label, mais à tous les agneaux conformes au cahier des charges<sup>56</sup>, c'est-à-dire à une quantité d'animaux environ deux fois supérieure. C'est en ce sens que les plus-values dégagées par le label ont permis de "subventionner" une grande partie de la production ovine départementale. A titre d'exemple, sur les 75 000 agneaux produits par l'un des groupements, 45 000 ont été labellisés par l'abattoir, mais seulement 33 000 commercialisés dans le circuit label. La plus value a malgré tout concerné 45 000 animaux.

### **Le label rouge dans la commercialisation des agneaux**

Les plus-values octroyées aux producteurs sont bien entendu intimement liées à la valorisation des agneaux sur le marché. En dépit des difficultés à collecter des informations, les estimations des interlocuteurs rencontrés convergent autour d'un différentiel de 0,70 € / kilo de carcasse entre le label et l'agneau conventionnel français (qui correspond déjà à une première segmentation de la production ovine). Ce chiffre concerne la sortie de l'abattoir.

Au-delà de la rémunération, le label implique également des ventes garanties, dans la mesure où il faut signer des contrats avec l'ensemble des clients. Cet engagement permet d'atténuer quelque peu les phénomènes de concurrence en réduisant la volatilité des distributeurs. Les négociations portent donc davantage sur la qualité des animaux que sur les niveaux de prix, ce qui semble être une constante pour les filières de qualité.

En conclusion, même si le label rouge est inscrit dans une dynamique globale, ses apports à la filière sont multiples. Pour autant, les facteurs de fragilité potentielle sont également présents et méritent qu'on les envisage comme autant de sujets de réflexion pour les dirigeants de la filière.

---

<sup>56</sup> Cette pratique renvoie au principe de mutualisation qui prévaut dans tous les groupements de producteurs à vocation coopérative.

## 4. Les enjeux du développement de la filière

Comme pour le Rocamadour, les enjeux auxquels la filière Agneau Fermier du Quercy est confrontée concernent aussi bien l'amont de la filière (renouvellement des exploitations) que l'aval (commercialisation).

La baisse numérique relative du cheptel ovin observée plus haut s'accompagne en effet d'une baisse du nombre d'éleveurs<sup>57</sup>. Longtemps différenciée, la trajectoire lotoise tend à converger progressivement vers l'évolution nationale. Depuis quelques années, les professionnels observent d'ailleurs un phénomène nouveau : des cessations d'activité par des individus qui quittent définitivement l'agriculture.

A l'heure actuelle, certains interlocuteurs rencontrés estiment que la production ovine ne s'est pas adaptée à l'évolution des conditions de travail et de la réflexion quant aux conditions technico-économiques. Ainsi, les ovins lait par exemple se caractérisent par une importante préoccupation liée à la rentabilité des exploitations, à travers des indicateurs comme le coût du litre de lait. Sur les ovins viande, de telles références n'existent pas. Se pose également un problème dans l'organisation du travail. Les exploitations semblent en effet avoir plus de mal à embaucher de la main d'œuvre hors de la famille, signe d'un certain pallier dans la taille économique des exploitations.

Cette fragilité dans le renouvellement des exploitations ovines s'inscrit dans le contexte bien particulier de la PAC et des aides à la brebis, aujourd'hui indispensables à la survie d'un grand nombre d'exploitations. Le découplage progressif de ces aides pourrait à terme menacer la pérennité même de la filière.

En aval, les inquiétudes portent depuis quelques années sur la stagnation des ventes, d'Agneaux Fermier du Quercy, conjuguées à une baisse généralisée de la consommation nationale. Les interprétations à ce problème divergent. Pour certains, l'étalement insuffisant de la production empêche un suivi optimal du marché. En théorie, une meilleure structuration de l'offre (augmentation de la production durant les périodes de manque) permettrait un développement des ventes durant toute l'année.

Pour d'autres, les causes de cette situation sont à rechercher dans la distribution des produits, rendue difficile par les prix élevés et la concurrence accrue des agneaux conventionnels, qui "rattrapent" les labels en termes de qualité. Un effort serait donc à réaliser en matière de stratégie commerciale pour démarquer à nouveau l'agneau sous label du reste de la production. A cet égard, il semble nécessaire de mener une réflexion vers les produits élaborés, dans lesquels le produit sous label serait un ingrédient susceptible d'apporter une bonne valeur ajoutée (plats cuisinés).

En parallèle de ces incertitudes, l'actualité récente de la filière a également posé des questions fortes en termes d'organisation. Le cahier des charges de l'IGP obtenue en 1996 doit aujourd'hui être harmonisé avec celui du label rouge, étant donné leur divergence sur certains points (races, âge d'abattage des agneaux). A l'échelle du Sud de la France, une IGP Pays d'Oc est également à l'étude dans le but d'englober les IGP existantes et de parvenir à une gradation de l'offre. Une association – Les Bergers du Grand Sud – a d'ailleurs été créée en 2006 dans cette perspective. Toutefois, les incertitudes concernent aujourd'hui la possibilité de

---

<sup>57</sup> La baisse avoisine les 30 % entre 1993 et 2005.

superposer les zones IGP (Lot et cantons limitrophes pour Quercy, sud du Massif Central pour Pays d'Oc). Bien entendu, il n'est pas question de remplacer le terme Quercy par Pays d'Oc, étant donné la plus faible notoriété de la dénomination, ainsi que la très faible signification de l'espace géographique auquel elle renvoie.

Ce sont donc ces différentes contradictions que la filière aura à gérer dans les prochaines années. Pour diverses raisons (conformité label / IGP, démarcation du produit), la clarification du cahier des charges semble être un point de passage obligé, mais ne pourrait malheureusement servir qu'à justifier un maintien du prix payé aux producteurs, la baisse globale des cours à l'échelle nationale apparaissant comme un facteur limitant. Dans ce contexte, c'est une fois de plus la capacité de réaction de la filière qui est éprouvée.

### **III. Le Haricot Tarbais : la relance d'une production en vue de la diversification du revenu des exploitations**

Largement répandu dans les exploitations des Hautes-Pyrénées jusque dans les années 1960, le haricot a progressivement décliné, victime de la modernisation de l'agriculture, et notamment de l'introduction du maïs hybride. Amorcée en 1986, la relance du produit aboutit finalement à l'obtention d'un label rouge en 1997. Contrairement au Rocamadour et à l'Agneau Fermier du Quercy, le Haricot Tarbais constitue aujourd'hui pour les producteurs engagés une activité qui vient la plupart du temps en diversification sur les exploitations, seuls quelques cultivateurs ont fait du haricot leur production principale. L'importance relative du produit va donc conditionner en grande partie la nature des bénéfices induits par le signe de qualité.

#### **1. La trajectoire historique du produit**

##### **L'histoire du produit et de la démarche**

Rapporté du Nouveau Monde par Christophe Colomb au XVI<sup>ème</sup> siècle, "l'Ayatotl" est introduit dans la vallée de l'Adour en 1712 par l'Evêque de Tarbes : Monseigneur de Poudenx. Très rapidement, les graines de haricot sont associées aux graines de maïs, qui servira de tuteur à la plante. Le développement de la production est alors considérable dans la région, elle atteint 18 000 hectares en 1881 et connaît une notoriété croissante par le biais du marché de Tarbes.

L'introduction des variétés de maïs hybride dans les années 1960 sonne le glas de ce qui est alors devenu le "Haricot de Tarbes", ou "Haricot du maïs". Récolté manuellement, cette production n'a plus sa place dans une agriculture intensive. Conscients des qualités organoleptiques du produit (peau fine, facile à digérer), un groupe d'agriculteurs appuyés par un technicien et soutenus par la Chambre Départementale d'Agriculture des Hautes-Pyrénées et également la Mission Agro-Alimentaire Pyrénées (MAAP)<sup>58</sup> tentent en 1986 une relance afin d'éviter sa disparition totale. Un travail technique est alors entrepris dans le but de mieux connaître le produit, et surtout d'expérimenter une culture de haricot sur des filets.

En dépit d'un certain scepticisme au sein de la profession agricole, les premiers résultats concluants, tant en termes techniques qu'économiques, permettent de lancer une réflexion sur la création d'une structure collective visant à fédérer les acteurs d'amont et d'aval. Cette démarche aboutit à la création de la Coopérative du Haricot Tarbais en 1988, à laquelle adhèrent alors 12 producteurs. Très vite, les acteurs prennent conscience de la nécessité de sauvegarder la semence et d'éviter ainsi des fraudes nuisibles à l'image du produit. En partenariat avec l'INRA de Versailles, une variété baptisée "Alaric" (du nom d'un petit cours d'eau des Hautes-Pyrénées) est déposée et fournie à des multiplicateurs de semences.

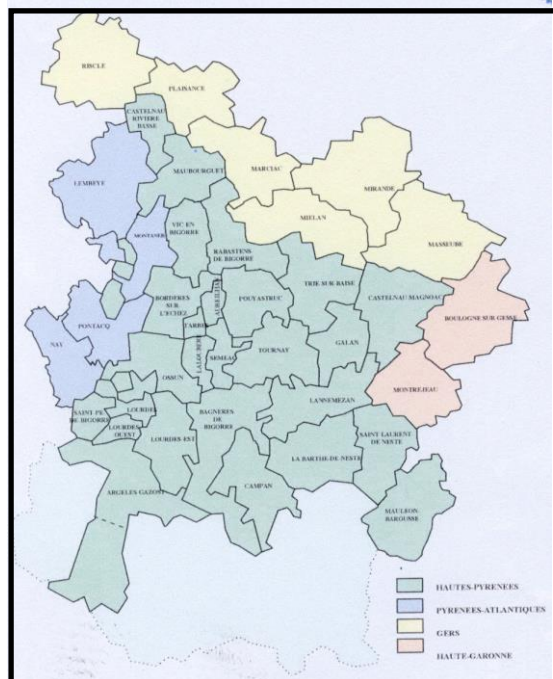
---

<sup>58</sup> Le soutien de la CDA des Hautes-Pyrénées a concerné les aspects techniques et ensuite le montage du dossier IGP, tandis que le rôle de la MAAP s'est concrétisé à travers un appui à l'organisation de la filière et de la coopérative.



Egalement née à la fin des années 1980, la volonté de démarquer le produit vis-à-vis du reste de la production et de permettre une diversification du revenu des exploitations de la zone (contexte défavorable du cours des céréales) aboutit au choix du label rouge. C'est en 1996 qu'est créée l'Association Interprofessionnelle du Haricot Tarbais (AIHT) afin de regrouper l'ensemble des intervenants. Le label rouge "Haricot Tarbais" sera quant à lui obtenu en 1997<sup>59</sup>, l'IGP en 2000. Ces différents événements créent des conditions favorables pour le développement du produit, et surtout pour sa commercialisation hors de son berceau d'origine. Le territoire au sein duquel est autorisée la production de Haricot Tarbais est représenté dans la carte ci-dessous. Il comprend une grande partie des Hautes Pyrénées, ainsi que les cantons limitrophes dans les Pyrénées Atlantiques, le Gers et la Haute-Garonne.

**Figure 31 : la zone de production du Haricot Tarbais**



Source : AIHT, 2007.

## Les atouts de la filière

La première particularité de la démarche de relance qui vient d'être évoquée réside incontestablement dans son caractère empirique. En effet, au moment des premières expérimentations en 1986, les acteurs ne disposaient d'aucune référence technique relative à la production de haricot en plein champ, ils sont donc été contraints de tout réaliser par eux-mêmes. Ainsi, la construction de la filière IGP label rouge du Haricot Tarbais s'est fondée sur une stratégie d'apprentissage systématique dans tous les domaines :

- expérimentations techniques de culture sur filet,
- conservation des semences et dépôt de variété,
- tests qualitatifs sur les produits,
- études de faisabilité économique,
- études sur les attentes des consommateurs.

<sup>59</sup> Il s'agit alors du premier haricot à bénéficier de cette distinction.

A chaque problème posé, les acteurs ont su mobiliser des compétences extérieures et de ce fait se tourner vers les interlocuteurs adéquats. C'est ainsi que des partenariats durables ont pu être mis en place notamment avec le CRITT (Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie, Auch) pour toute la partie concernant la transformation des produits et les tests qualitatifs. La communication et la commercialisation ont quant à elles fait l'objet d'un appui de la part de la Mission Interrégionale pour la Valorisation des Terroirs (MIRVALT), basée à proximité de Toulouse. Autre exemple notable : la partie mécanique et le travail des parcelles ont été facilités par le partenariat mis en place avec le Centre Régional d'Expérimentation de Machinisme Agricole d'Aquitaine (CREMAN), localisé quant à lui à l'ouest d'Agen, dans le Lot-et-Garonne. Enfin, notons que l'adhésion de l'association à l'IRQUALIM Midi-Pyrénées s'est avérée bénéfique, notamment en ce qui concerne les supports marketing et de communication.

Cette stratégie d'apprentissage constitue à n'en point douter un acquis de la filière. D'une activité marginale et qualifiée de "bricolage / jardinage" par les interlocuteurs rencontrés, on est passé à une activité professionnelle à part entière. Le scepticisme, voire même les oppositions qui prévalaient à l'époque dans le département a laissé la place à une certaine forme de respect.

Avec le recul, les acteurs à l'origine de la démarche estiment que le fait d'avoir déposé une semence et de la posséder est très important. Ils comparent leur situation avec d'autres filières au sein desquelles ce sont les semenciers qui gèrent cet aspect de la production, ce qui n'est pas sans poser de problèmes dans l'origine des variétés<sup>60</sup>.

La dimension économique a également été centrale dans les réflexions des acteurs. La construction d'un nouvel outil de transformation et de commercialisation en 2003 a été rendue possible par l'appui des collectivités locales, mais aussi par la présence du label rouge. Aujourd'hui, ce site est devenu le lieu central de la filière dans lequel les adhérents peuvent se rencontrer et discuter avec l'équipe technique<sup>61</sup>.

En conclusion, devenu aujourd'hui un produit haut de gamme, le Haricot Tarbais est un exemple de réussite économique qui s'appuie sur un vécu commun entre les acteurs à l'origine de la démarche. Les bénéfices induits par le signe de qualité sont visibles, en dépit du caractère économiquement modeste de l'activité.

## **2. La structure et l'organisation de la filière**

L'Association Interprofessionnelle du Haricot Tarbais regroupe l'ensemble des intervenants de la filière. La structure compte ainsi deux opérateurs de production : la Coopérative du Haricot Tarbais et le Syndicat des Producteurs Indépendants de Haricot Tarbais. La Coopérative assure également le triage des haricots, qui font ensuite l'objet d'un processus de surgélation (choc thermique à - 35 °C afin d'éviter les charançons), puis sont reconditionnés, avant d'être commercialisés. Les opérations de surgélation et de reconditionnement sont effectuées par des intervenants qui sont eux aussi adhérents de l'association. Reconnue en tant qu'Organisation de Producteurs, la coopérative assure

---

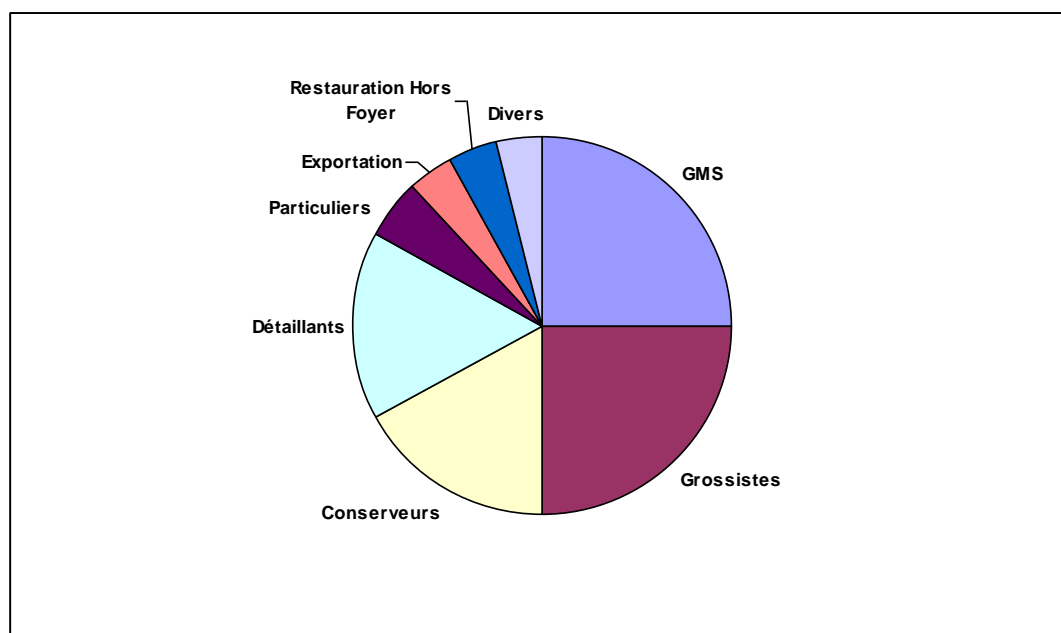
<sup>60</sup> Plusieurs interlocuteurs évoquent ici l'exemple de Castelnaudary.

<sup>61</sup> En termes de lien social, la situation de la Coopérative du Haricot Tarbais n'est pas sans rappeler par certains aspects celle des coopératives fruitières savoyardes (convivialité, entraide entre producteurs et entre voisins au moment du tri de la récolte.

également des services aux producteurs, tels que l'appui technique, la fourniture de semences, des filets et des étiquettes. De son côté, le syndicat assure la production, le triage, le reconditionnement et la commercialisation (via ses membres), seule la surgélation est prise en charge par un autre intervenant.

En 2006, la coopérative comptait 92 adhérents qui ont produit 175 tonnes de haricot sec label rouge, chiffre auquel il faut ajouter 40 tonnes de haricot en demi-sec<sup>62</sup>. Sur ces 92 adhérents, 74 ont effectivement produit du haricot l'an dernier<sup>63</sup>. En termes de commercialisation, la GMS et les grossistes représentent chacun environ 25 % des débouchés. La majeure partie de la production vendue chez les conserveurs (17 %) l'est sous la forme de conserves et de plats cuisinés (cassoulets, garbures...). La part de la grande distribution a été multipliée par deux entre 2005 et 2007. Globalement, la coopérative a très largement diversifié ses débouchés : en 1995, un conserveur représentait à lui seul 45 % du chiffre d'affaires. Aujourd'hui, le plus gros client pèse moins de 5 % de l'activité. Le graphique ci-dessous synthétise ces informations.

**Figure 32 : répartition des débouchés de la Coopérative du Haricot Tarbais en chiffre d'affaires (2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007.

Le Syndicat des Producteurs Indépendants regroupe quant à lui 6 producteurs, qui en 2006 représentaient 15 tonnes de haricot label rouge en sec et 20 tonnes en demi-sec. On arrive donc à une production globale de 190 tonnes pour l'année 2006. On voit donc bien le poids décisif de la coopérative sur l'activité de la filière dans son ensemble<sup>64</sup>.

Le développement important de la production est une caractéristique majeure du haricot tarbais. Les 4 tonnes produites en 1989 au moment de la création de la coopérative

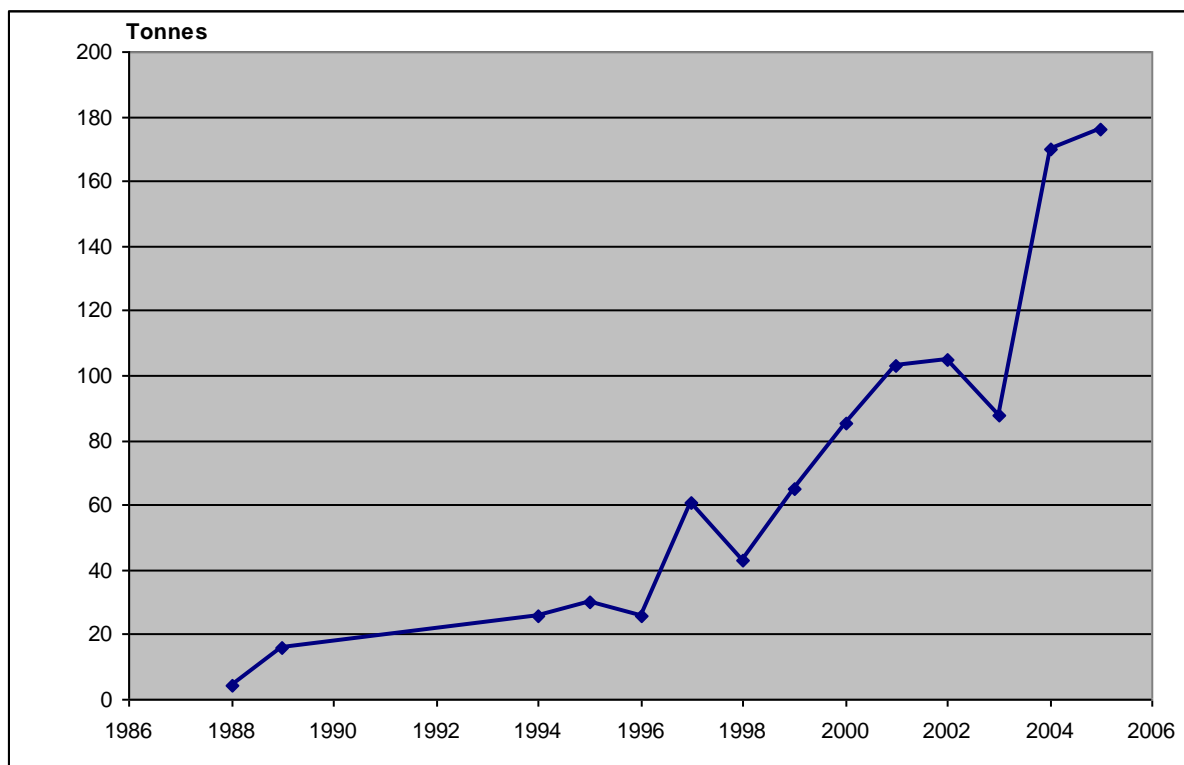
<sup>62</sup> La plus grande part de ce volume est récupérée par les producteurs, qui en assurent dès lors eux-mêmes la commercialisation.

<sup>63</sup> Un certain nombre de producteurs n'ont pas livré de haricot, notamment à cause des aléas climatiques (grêle, sécheresse).

<sup>64</sup> La plupart des données concernant les apports du signe de qualité renvoient d'ailleurs à l'activité de la coopérative. Il n'a pas été possible de rencontrer des membres du syndicat indépendant.

sont devenues 176 tonnes en 2006 pour l'ensemble de la filière. L'obtention du label rouge en 1997 et la canicule de 2003 sont deux des événements marquants de l'histoire du produit, leur impact respectif est visible sur la courbe ci-dessous.

**Figure 33 : évolution des volumes de Haricot Tarbais (1989-2006)**



Source : AIHT, 2007.

Sans vouloir sous-évaluer l'importance de l'activité, il nous est apparu opportun de replacer le processus de relance de l'activité dans une perspective historique, uniquement dans le but de mettre en évidence l'ampleur qu'avait la production de haricot jusque dans les années 1950. L'apogée de l'activité se situe au début du XX<sup>ème</sup> siècle, ensuite, celle-ci connaît un déclin ininterrompu. Si la production de haricot n'a jamais réellement cessé, sa présence en plein champ était quant à elle quasi abandonnée. Beaucoup d'acteurs rencontrés s'accordent pour dire que sans les expérimentations de 1986, la production aurait totalement disparu.

**Figure 34 : évolution de la culture du haricot dans les Hautes-Pyrénées (1838-2005)**

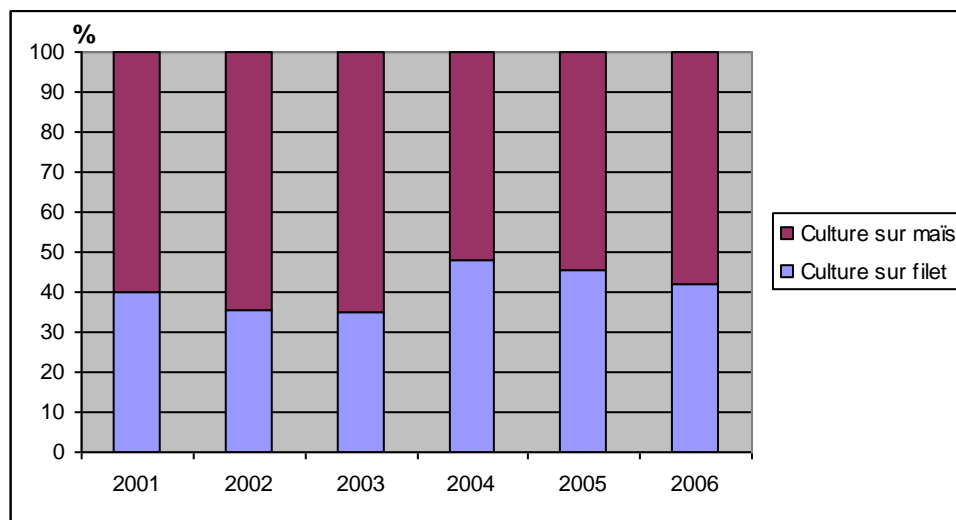
	1838 (crise viticole)	1881	1906	1923	1930	1970 (fin culture plein champ)	1986 (relance)	2005
Surfaces plantées en haricot (hectares)	<b>14 000</b>	<b>18 500</b>	<b>12 000</b>	<b>11 500</b>	<b>10 000</b>	<b>55</b>	<b>4</b>	<b>98</b>
Production (tonnes)	<b>1 011</b>	<b>2 849</b>	<b>2 310</b>	<b>?</b>	<b>?</b>	<b>18</b>	<b>4,8</b>	<b>170</b>

Source : AIHT, 2007.

Le cahier des charges du Haricot Tarbais IGP label rouge a été construit en même temps que la filière. Il précise le caractère manuel du ramassage et du tri final des haricots. Le semis ne se réalise jamais deux années de suite au même endroit, il est donc nécessaire d'avoir un assolement d'au moins deux ans (trois le plus souvent). A chaque semis, une analyse est

nécessaire pour contrôler le pH de la terre, sa matière organique et son taux d'argile. Sont également réglementés la certification de la semence et l'écartement des semis. Deux modes de production sont possibles : la culture sur filet et la culture sur maïs. Cette dernière concerne aujourd'hui environ 60 % des surfaces cultivées en haricot label rouge<sup>65</sup>. Le rapport entre filet et maïs est d'une grande stabilité depuis 2001 (graphique ci-dessous).

**Figure 35 : évolution du poids relatif des deux modes de culture du Haricot Tarbais (2001-2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007.

Aussi modeste et secondaire soit-elle pour les exploitations concernées, la production de Haricot Tarbais IGP label rouge constitue une réussite économique incontestable. Sa très bonne valorisation bénéficie à l'ensemble de l'activité économique de la région.

### 3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité

Les apports du Haricot Tarbais concernent l'emploi, le bassin de production, la rémunération des producteurs et la dimension commerciale.

#### La contribution du label rouge à l'emploi

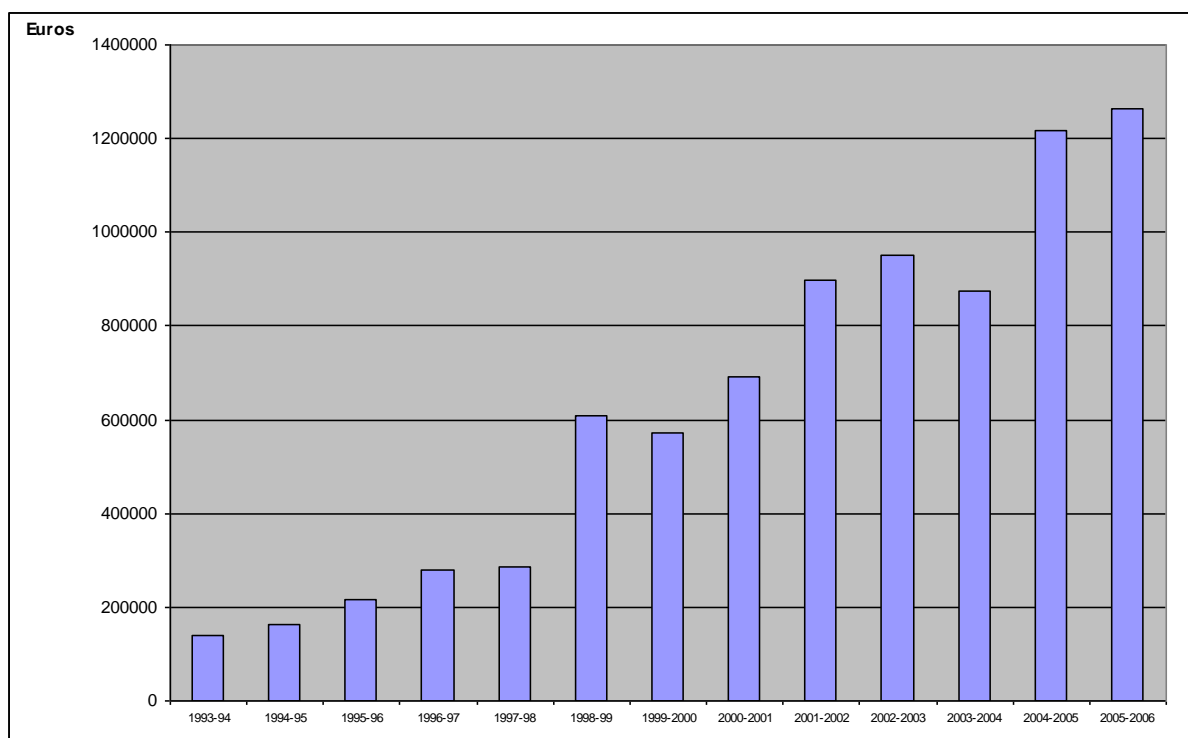
Le succès de la relance de l'activité est aujourd'hui avéré, il a permis l'émergence, le maintien puis le développement d'une activité économique qui n'existait pas au départ. Les 15 emplois Equivalents Temps Plein<sup>66</sup> présents au sein de la coopérative sont là pour en témoigner. La surface financière de la structure n'a quant à elle quasiment jamais cessé de croître, pour atteindre en 2006 un chiffre d'affaires de 1,3 millions d'euros (130 000 € en 1994, graphique ci-dessous<sup>67</sup>).

<sup>65</sup> Ces chiffres concernent uniquement la coopérative. En 2006, 160 hectares ont été semés en haricot tarbais (source : AIHT, 2007).

<sup>66</sup> Ce chiffre inclut la main d'œuvre saisonnière. La coopérative compte 7 permanents.

<sup>67</sup> Sur ce graphique, l'obtention du label rouge (1997) et la canicule (2003) sont encore deux événements visibles au niveau de l'activité de la coopérative.

**Figure 36 : évolution du chiffre d'affaires de la Coopérative du Haricot Tarbais (1993-2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007.

### **Le label rouge au sein de son bassin de production**

Les apports du signe de qualité au bassin de production renvoient quant à eux aux questions d'installation, à la professionnalisation et au dynamisme des agriculteurs.

Le caractère secondaire de la production de Haricot Tarbais IGP label rouge<sup>68</sup> sur les exploitations ne permet pas, comme pour le Rocamadour et l'Agneau Fermier du Quercy, une analyse chiffrée de la contribution du signe de qualité aux installations. Toutefois, sur les 92 adhérents de la coopérative présents en 2006, environ 15 n'auraient pas le statut d'agriculteur sans le chiffre d'affaires correspondant au haricot. Au moment de leur installation, ces individus n'auraient pu obtenir la Dotation Jeune Agriculteur (DJA) sans cette production complémentaire.

Par ailleurs, si le revenu généré par le label est variable selon les exploitations<sup>69</sup>, les entretiens réalisés montrent que pour un certain nombre d'adhérents, la production de haricot a permis de passer un cap durant les années qui ont suivi leur installation. Le label a ainsi joué le rôle de production principale en attendant de développer l'atelier principal (le plus souvent en bovin lait ou viande). Il est par contre difficile d'évaluer la contribution du produit au maintien des exploitations.

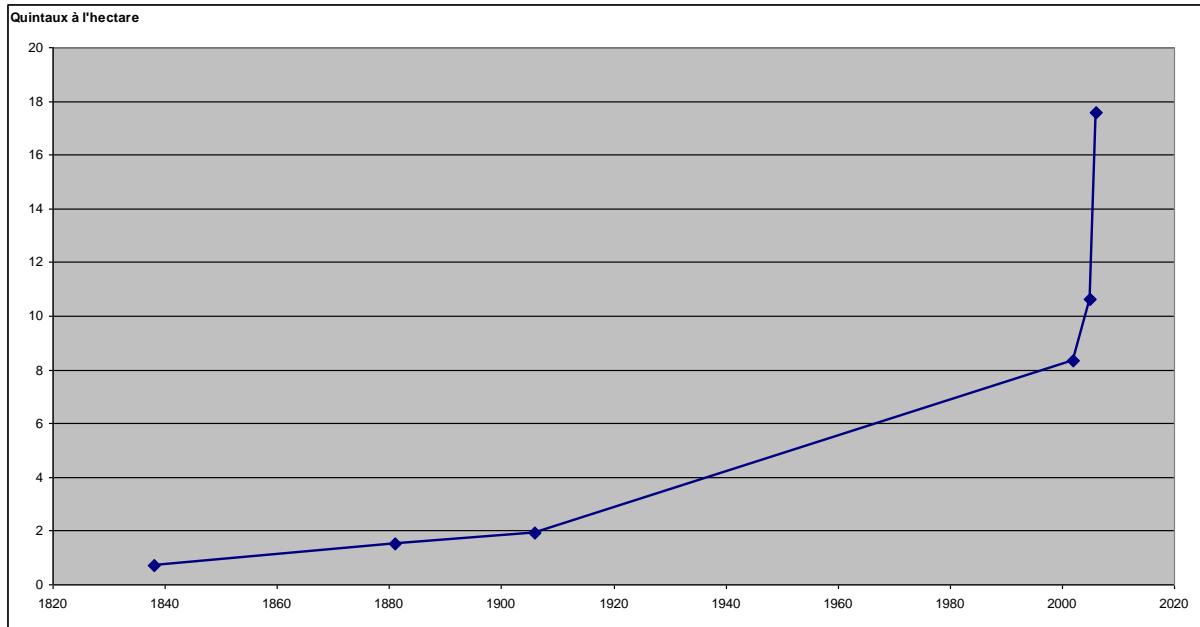
En parallèle, on a assisté à un travail considérable de professionnalisation des exploitations. L'ensemble des étapes de fabrication (ramassage, égrenage, triage...) a été progressivement rationalisé pour aller vers une simplification du travail. Cette

<sup>68</sup> Dans les Hautes-Pyrénées, les productions dominantes concernent les grandes cultures (maïs) et les bovins.

<sup>69</sup> Très marginal dans certains cas, jusqu'à 50 % du chiffre d'affaires dans d'autres.

professionnalisation a eu un impact positif sur la qualité et la conformité des produits. Les soins apportés aux sols (fertilisation, irrigation) ont notamment permis un accroissement des rendements, estimé à 4 quintaux à l'hectare en moyenne entre 2001 et 2005<sup>70</sup>. Si l'on se replace là encore dans une perspective longue, les performances atteintes en 2006 sont sans commune mesure avec les rendements observés au XIX<sup>ème</sup> siècle (graphique ci-dessous).

**Figure 37 : évolution des rendements de la production de haricot dans les Hautes-Pyrénées (1838-2006)**



Source : AIHT, 2007.

Le développement des rendements et des surfaces est une tendance qui s'est poursuivie au cours des dernières années. Ainsi, en 2000, l'apport moyen par adhérent était de 850 kilos de haricot sec. Pour les années 2001 à 2004, les chiffres étaient respectivement de 1 000, 1 150 et 1 350 kilos<sup>71</sup>.

Cette hausse de la productivité s'est accompagnée d'une évolution dans les habitudes de travail des adhérents. L'obtention du label rouge en 1997 a donné à la coopérative suffisamment de légitimité pour instaurer le principe de l'apport total des haricot sec, ainsi qu'un engagement annuel des producteurs sur une quantité définie au préalable<sup>72</sup>. Auparavant, les adhérents venaient trier leur production et la récupéraient ensuite pour en assurer eux-mêmes la commercialisation. Faire admettre aux producteurs de déléguer cette tâche à la coopérative n'a pas été chose facile, l'argument du label rouge a de ce fait été décisif. Le fonctionnement interprofessionnel de la coopérative s'est donc progressivement affirmé.

Les bénéfices du signe de qualité se manifestent également à travers la jeunesse et le dynamisme des producteurs. La pyramide des âges est ainsi extrêmement favorable au sein des adhérents de la coopérative. En effet, près de 30 % ont moins de 40 ans, et tout de même

<sup>70</sup> Durant cette seule période, la culture sur maïs est passée de 5 à 9 quintaux à l'hectare, la culture sur filet de 16 à 20 (source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007).

<sup>71</sup> Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007.

<sup>72</sup> Défini en fonction des débouchés, cet engagement ne s'exprime pas en termes de volumes (trop aléatoires), mais en termes de surface et de longueur de filet.

plus de 70 % ont moins de 50 ans<sup>73</sup>. Ces chiffres montrent que contrairement aux deux produits étudiés précédemment, le problème du renouvellement des exploitants ne se pose pas (encore) dans la filière Haricot Tarbais. Cette situation a été rendue possible notamment grâce à une campagne de recrutement relativement cohérente réalisée auprès des jeunes agriculteurs du département<sup>74</sup>. En termes de technicité, la jeunesse des producteurs induit une plus grande réceptivité vis-à-vis des innovations.

Le dynamisme du bassin de production est indissociable de la valorisation du produit, qui dans le cas du Haricot Tarbais se situe à un niveau relativement intéressant aux dires de la plupart des producteurs rencontrés.

### **Le label rouge dans la rémunération des producteurs<sup>75</sup>**

Du lancement de la coopérative jusqu'à aujourd'hui, le kilo de haricot sec a été payé selon un prix unique à tous les producteurs : 4,60 € (soit 30 francs auparavant). Lorsque les finances le permettaient, les bonnes années ont pu déboucher sur un complément de prix (0,15 € en 2003 ; 0,20 € en 2006).

L'absence d'augmentation de prix est un élément pointé par quelques producteurs, mais sans que cela soit un enjeu fondamental (comme on a pu le voir en Rocamadour par exemple). La progression de la rémunération s'est faite ici sur l'augmentation des rendements à travers les efforts techniques. L'obtention du label n'a donc rien changé de ce point de vue, en revanche, une augmentation de 4 quintaux pour un producteur ayant semé un hectare de haricot lui permet une plus-value de 1 500 €, ce qui correspond selon nos interlocuteurs à une marge nette de 5 hectares de maïs. Cette propension du Haricot Tarbais à générer une plus-value supérieure sur une surface modeste est un atout incontestable. En effet, le produit permet ici aux agriculteurs d'accroître leur revenu sans passer par un agrandissement de leur exploitation, étape quasiment incontournable dans le cas des grandes cultures.

L'apport financier est donc réel pour les producteurs engagés. Une preuve supplémentaire de cette attractivité est à rechercher dans les nombreuses demandes formulées par d'autres exploitants pour entrer dans la filière<sup>76</sup>. Nous verrons plus loin qu'étant donné le contexte actuel de régulation de la production, il est pour l'instant impossible de répondre à ces demandes. L'évolution du nombre d'adhérents (de 12 en 1988 à 82 aujourd'hui) reste la meilleure illustration de l'attractivité de la coopérative.

---

<sup>73</sup> A la création de la coopérative, les proportions étaient totalement inversées.

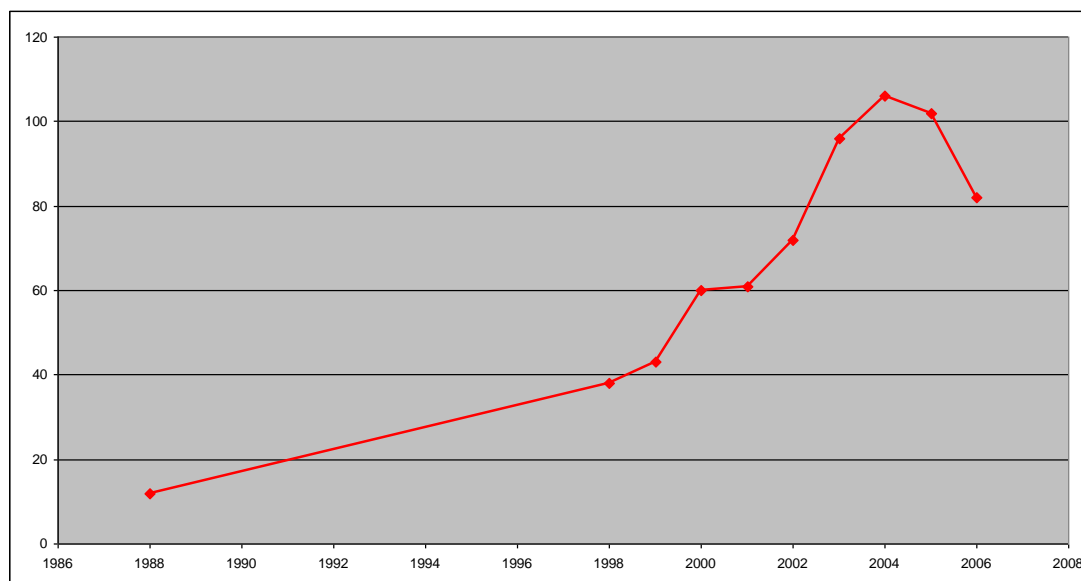
<sup>74</sup> En 2003, sur 100 jeunes agriculteurs, 70 ont pu être contactés, et 24 ont donné une réponse favorable pour adhérer à l'association.

<sup>75</sup> Pour le Haricot Tarbais, les coûts de labellisation (internes et externes) ont été estimés à 0,09 € / kilo labellisé (soit 95 € / tonne). Le coût de fonctionnement de la structure oscille quant à lui entre 0,30 et 0,40 € / kilo.

<sup>76</sup> Une quinzaine en 2006.



**Figure 38 : évolution du nombre d'adhérents à la coopérative (1988-2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007<sup>77</sup>.

Au début de l'année 2007, une réforme du mode de paiement a été réalisée. Auparavant, les adhérents procédaient au ramassage de leur production (aux environs d'octobre), puis prenaient rendez-vous avec la coopérative afin de réaliser le tri. Suite à cela, 40 % du prix leur était versé 30 jours après le tri, 30 % à 120 jours et le solde au mois d'octobre de l'année suivante (une fois les approvisionnements déduits). Ce système tendait à avantager ceux qui triaient tôt au détriment des autres. Depuis le début de cette année, chaque producteur doit fournir une estimation de rendement au début de la campagne. La somme obtenue est divisée par 12 et permet une mensualisation, assortie d'une correction trimestrielle. Certes plus complexe dans la gestion de la coopérative, ce système apparaît plus équitable et permet surtout une meilleure visibilité dans la rémunération des producteurs.

Ainsi, s'il n'est pas déterminant dans le niveau de prix payé aux producteurs, le label rouge a permis de le maintenir sur une longue période, tout en octroyant des compléments certaines années. Cette bonne valorisation a été facilitée par le prix de vente du Haricot Tarbais, sans commune mesure avec les autres haricots comme nous allons le voir maintenant.

### **Le label rouge dans les pratiques commerciales**

Avant même de parler des niveaux de prix dans les différents circuits, il convient de s'arrêter un instant sur le statut même du Haricot Tarbais. L'un des apports les plus visibles du label rouge au produit réside en effet dans le changement radical de son image, auprès des professionnels comme des résidents de la région. Au moment de sa relance dans les années 1980, il s'agissait d'un produit populaire<sup>78</sup> que l'on ne trouvait plus que dans les jardins.

Aujourd'hui, le Haricot Tarbais est devenu un produit haut de gamme, issu d'une filière totalement professionnelle. Une communication très importante, soutenue par de nombreux

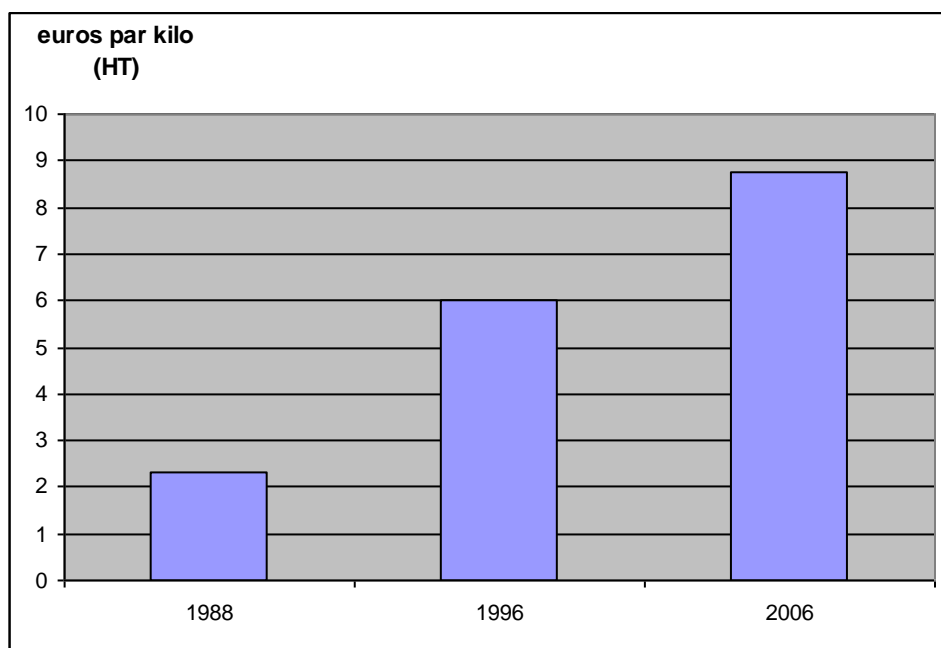
<sup>77</sup> La baisse constatée pour l'année 2006 sera expliquée dans la partie consacrée aux enjeux.

<sup>78</sup> Avec toute la dimension péjorative que ce terme peut entraîner lorsqu'il est question d'un légume comme le haricot.

restaurateurs du département<sup>79</sup>, a permis de donner au produit ses lettres de noblesse. Tant et si bien que le Haricot Tarbais figure aujourd'hui parmi les produits emblématiques des Hautes-Pyrénées avec le Porc Noir de Bigorre.

Tous circuits confondus, le prix de revente moyen par la coopérative se situe en 2006 entre 8 et 8,50 € / kilo de haricot sec<sup>80</sup>. L'évolution est saisissante puisque juste avant l'obtention du label, les haricots étaient commercialisés autour de 6 €. Rien à voir non plus avec les niveaux de prix au moment de la création de la coopérative : aux alentours de 15 francs, soit 2,30 €. On a donc une augmentation de plus de 280 % sur la période 1988-2006 (graphique ci-dessous).

**Figure 39 : évolution du prix de revente du Haricot Tarbais par la coopérative (1988-2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2006.

De la même façon que pour le Rocamadour et l'Agneau Fermier du Quercy, l'arrivée du signe de qualité a contribué à une clarification du marché (segmentation entre Haricot Tarbais et haricots génériques) et a permis à la coopérative d'accéder au référencement en GMS. Globalement, de tels produits ne semblent pas être envisagés selon les critères classiques de coût et de marge, mais d'abord en fonction de leur image et de leur qualité.

A l'échelle locale, le Haricot Tarbais IGP label rouge a toujours cohabité avec une production générique dont les quantités produites sont difficiles à évaluer, étant donné la prépondérance des circuits courts (vente à la ferme et sur les marchés)<sup>81</sup>. Toutefois, il est important de noter que la relance du Haricot Tarbais a profité à l'ensemble de la production du département. Les producteurs constatent que les haricots génériques sont de nouveau très présents sur les marchés, ce qui n'était pas le cas il y a une dizaine d'années.

<sup>79</sup> Certains d'entre eux ont d'ailleurs participé à la relance du produit.

<sup>80</sup> Prix hors taxe qui atteint 9 € si l'on inclut les plats cuisinés.

<sup>81</sup> Selon les interlocuteurs rencontrés, la production de haricot sec générique dans les Hautes-Pyrénées est marginale par rapport au label, en revanche, les productions de demi sec et de frais sont beaucoup plus importantes.

L'importante promotion réalisée à travers le label a donc bénéficié à l'ensemble des produits. Les prix de vente des haricots génériques sur les marchés ont également connu une hausse liée au changement de statut du produit évoqué plus haut. Les différents témoignages nous montrent un niveau actuel autour de 10 € / kilo en sec, à comparer avec les prix qui étaient pratiqués avant l'obtention du label : entre 40 et 50 francs (entre 6 et 7,50 €).

Le label rouge a également profité aux ventes de haricots cuisinés en bocaux par les conserveurs. Si l'utilisation du logo est interdite, il est en revanche possible d'apposer la mention "fait à base de Haricot Tarbais label rouge". Globalement, ceux-ci ont pu justifier un accroissement de leurs prix de vente grâce à la labellisation. De nouveaux débouchés<sup>82</sup> ont pu être trouvés à travers cette nouvelle démarcation, notamment hors de la région. C'est toutefois l'IGP qui semble avoir eu le plus d'impact sur l'activité des conserveurs. Celle-ci a en effet largement réduit les pratiques qui consistaient à commercialiser des produits estampillés "Haricot Tarbais", tout en travaillant une marchandise originaire d'autres régions, voire d'autres pays, au prix d'achat bien moins élevé.

Les principaux concurrents du produit label rouge concernent notamment des haricots argentins de type "lingot". Un recensement effectué chez quelques conserveurs nous permet de constater un rapport de 1 jusqu'à 6 dans le prix d'achat en faveur du label. A la revente, des bocaux de Haricot Tarbais de 500 g. avoisinent les 6,50 € (prix hors taxe), contre 2 à 3,50 € pour les haricots génériques<sup>83</sup>. Le différentiel est alors moins important pour des raisons techniques (perte d'eau à la cuisson) mais aussi commerciales, dans la mesure où la réputation locale ou régionale des conserveurs vient masquer l'absence d'identification sur la matière première utilisée.

En conclusion, le succès commercial incontestable du Haricot Tarbais fait qu'aujourd'hui, ce produit est devenu indispensable pour l'ensemble des metteurs en marché, qu'il soit vendu en sec ou sous forme de plat cuisiné. Les dirigeants de la filière ont donc su créer un besoin et le pérenniser dans le temps. Pour autant, comme nous allons le voir maintenant, les facteurs de fragilité ne manquent pas, tant en ce qui concerne les aspects agricoles que commerciaux.

#### **4. Les enjeux du développement de la filière**

Comme pour les autres produits, les menaces potentielles pour le développement de l'activité sont à rechercher dans les évolutions conjointes du bassin de production et de l'environnement commercial du produit.

Au-delà de la fragilité du produit et de la charge de travail, le principal problème concernant le bassin de production réside aujourd'hui à n'en point douter dans le coût de la main d'œuvre saisonnière nécessaire pour la phase de ramassage des haricots. Chez certains producteurs, ces coûts peuvent aller jusqu'à représenter 50 % du coût de production global. Pourtant, l'embauche de salariés est aujourd'hui un point de passage obligé lorsque l'on a

---

<sup>82</sup> Notamment des partenariats avec des traiteurs de luxe sur des produits élaborés (cassoulets "Comtesse du Barry" ...).

<sup>83</sup> Les conserveurs rencontrés admettent sans peine que les marges réalisées sur le label sont moindres que sur les autres produits, étant donné le prix d'achat élevé fixé par la coopérative. Ils souhaitent malgré tout posséder le label dans leur gamme, pour des raisons d'éthique personnelle autant que pour des raisons d'image.

atteint une certaine taille et que les surfaces deviennent trop importantes pour les seuls membres de la famille<sup>84</sup>.

En parallèle, on assiste à un déplacement progressif de la production vers le nord du département (canton de Trie sur Baise), et par extension le sud du Gers (canton de Miélan), où des producteurs dynamiques se sont fortement développés ces dernières années. Cette évolution se réalise au détriment de la zone de Tarbes, berceau historique du haricot, où la main d'œuvre familiale reste majoritaire. Ceci n'est pas sans poser de problème quant à la répartition de la production puisque aujourd'hui, les dix premiers producteurs en volumes représentent environ la moitié des apports à la coopérative (47 %, source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007).

La nécessaire adaptation du bassin de production aux contraintes du marché n'a pas non plus été sans poser de problème en termes d'approvisionnements. Dans les faits, les 110 tonnes produites en 2002 n'ont pas suffi à satisfaire la demande, qui s'est finalement élevée à 150 tonnes. Pour l'année suivante, les dirigeants de la coopérative ont dès lors entrepris une campagne de recrutement auprès des jeunes agriculteurs du département (voir plus haut). La canicule de 2003 n'a pas permis de constater les bienfaits de cette campagne puisque seulement 80 tonnes de haricot ont été produits, ce qui a entraîné une perte de clientèle par manque de suivi des marchés. Beaucoup plus favorables, les années 2004 et 2005 (respectivement 170 et 175 tonnes) ont permis un certain rattrapage.

C'est ainsi qu'en 2006, les dirigeants de la coopérative ont décidé de mettre en place une régulation de la production, en imposant une diminution du "droit à produire" de chaque producteur – quelle que soit sa taille – de 35 %. Révélatrice de la capacité de réaction de la filière, cette mesure a eu l'avantage de s'appliquer à tous, ce qui permet à la coopérative de rester dans ses prérogatives d'équité entre les adhérents<sup>85</sup>. Toutefois, même si elle a été relativement bien accueillie, la décision est perçue par certains adhérents comme un frein à leur développement, voire un signe de "perte de vitesse" de la coopérative.

Les données de 2007 semblent montrer que cette politique de régulation a porté ses fruits. On devrait donc assister à un relèvement du "quota" pour la prochaine campagne, sans pour autant revenir au niveau antérieur. Cette correction s'est également faite au prix d'une baisse des mises en culture, puisque entre 2006 et 2007, on est passé de 92 à 74 apporteurs effectifs. Ceux qui possédaient une petite surface ont en effet décidé de ne pas semer cette année, tout en restant adhérents de la coopérative.

Etant donné sa taille modeste, la filière est toujours dans une phase d'apprentissage de la gestion interprofessionnelle d'une production. Toute la difficulté réside en effet dans l'adéquation entre l'offre et la demande pour un produit qui reste largement tributaire des aléas climatiques (sécheresse, canicule...) et dont les besoins en eau sont importants. Réalisée à chaque début de campagne, l'estimation des rendements faite par les producteurs constitue donc un enjeu fondamental pour la pérennité commerciale de la coopérative<sup>86</sup>.

---

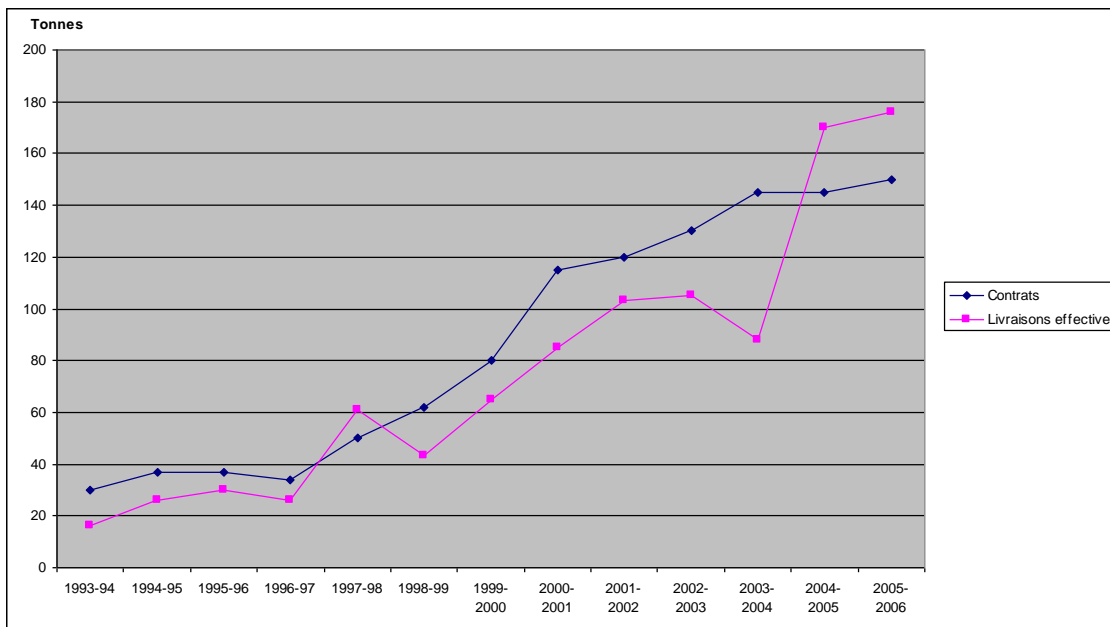
<sup>84</sup> Une surface située aux alentours de 50 ares commence à être considérée comme grande et nécessite des investissements supplémentaires.

<sup>85</sup> Dans l'absolu d'une gestion "rationnelle", seule une trentaine de producteurs "performants" seraient nécessaires pour assurer l'approvisionnement du marché. Les dirigeants ont malgré tout la volonté de contribuer au maintien du plus grand nombre d'exploitations possible.

<sup>86</sup> L'analyse du contenu des assemblées générales de la structure confirme ce point : chaque année, on insiste sur la nécessité de jouer le jeu du label à travers le principe de l'apport total.

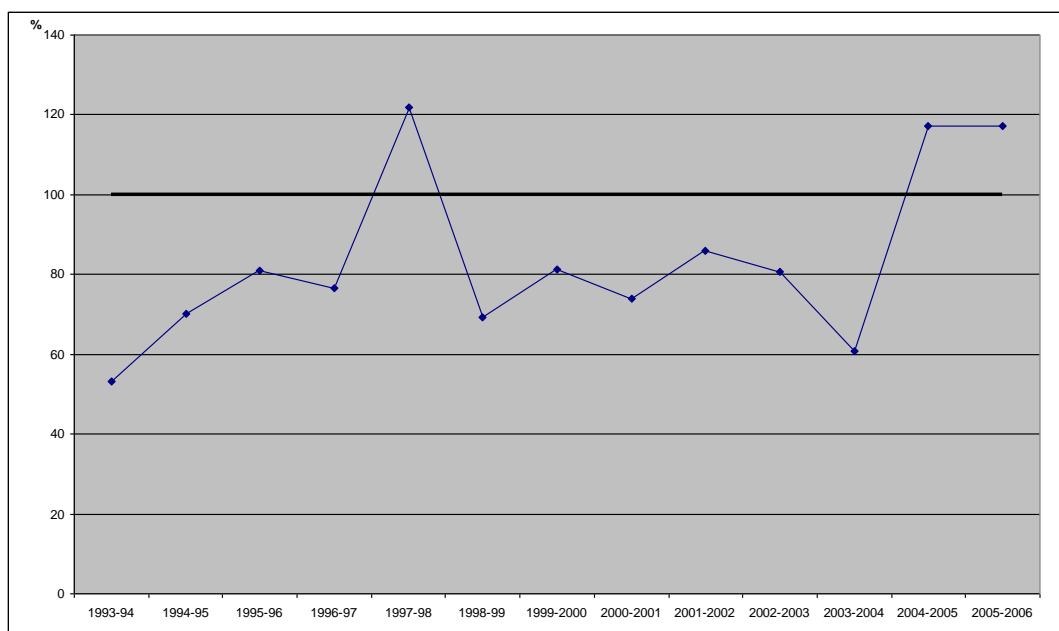
Les deux graphiques ci-dessous illustrent cette complexité de la gestion de la matière première. Le premier confronte les courbes des contrats signés par les producteurs avec leur livraison effective. Le second montre quant à lui le taux de réalisation (rapport entre contrat et livraison). Dans les deux cas, la période de la canicule est particulièrement intéressante à observer. La très forte baisse observée en 2003 est suivie d'un important rattrapage les deux années suivantes (figures 10 et 11).

**Figure 40 : évolution des contrats signés et des volumes livrés par les producteurs à la coopérative (1993-2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007.

**Figure 41 : taux de réalisation contrats / livraisons (1993-2006)**



Source : Coopérative du Haricot Tarbais, 2007.

L'évolution de l'environnement de la coopérative amène progressivement celle-ci à repenser sa stratégie commerciale. Jusqu'à une époque récente, les responsables devaient gérer les commandes qui leur parvenaient. Puis, le rapport s'est en quelque sorte inversé et la coopérative a du développer son activité de démarchage. Ainsi, plus que le développement des débouchés, la priorité semble être aujourd'hui "d'assumer" les ventes existantes à travers un meilleur suivi du marché.

Cette évolution se réalise dans un contexte d'accession au label rouge par d'autres haricots, notamment la Moquette de Vendée (1 500 tonnes, importante mécanisation, prix 3 à 4 fois moins importants). Le relatif "isolement" du Haricot Tarbais sur le créneau haut de gamme semble donc en passe de s'achever. Toutefois, le principal concurrent demeure aujourd'hui encore le haricot argentin, qui comme on l'a vu est particulièrement présent sur les plats cuisinés chez les conserveurs traditionnels qui parviennent à positionner ces produits au même niveau que le label rouge, tout en s'octroyant une marge supérieure. La situation est aggravée par le fait que la production française – bien qu'en progression – couvre à peine 20 % de la consommation nationale<sup>87</sup>. Le Haricot Tarbais devra donc de plus en plus faire face à cette concurrence accrue.

Le dernier défi auquel est confrontée la filière réside dans l'évolution des pratiques des consommateurs. Aujourd'hui, en haricot comme ailleurs, les produits transformés représentent une part croissante dans la consommation des ménages<sup>88</sup>. Ces chiffres sont corroborés par les entretiens réalisés auprès des conserveurs et des distributeurs : le temps de préparation d'un sachet de haricot sec<sup>89</sup> va à l'encontre des tendances de la consommation, son avenir se situe donc bel et bien dans les produits élaborés.

Aujourd'hui, la coopérative commercialise 3 % de ses volumes sous forme cuisinée, mais le chiffre d'affaires généré par cette activité représente 12 % du CA total. Des solutions sont donc à imaginer pour développer ce créneau<sup>90</sup>, sans nuire à l'intégrité du produit ni à son positionnement haut de gamme. Ces nouveaux conditionnements auront également l'intérêt de proposer une image plus moderne du haricot, qui bien que perçu comme authentique et naturel par les consommateurs, véhicule également une image quelque peu passéiste<sup>91</sup>. Pour ce faire, la coopérative devra aller chercher des partenariats nouveaux auprès d'interlocuteurs compétents (conserveurs, traiteurs...).

La mise en place de l'ensemble de ces mesures pourrait également nécessiter une réflexion sur la taille critique de la filière. Il pourrait dès lors être opportun de s'appuyer sur les autres productions légumières régionales également engagées dans des démarches qualité (notamment l'oignon de Trébons) et d'imaginer des synergies commerciales permettant de réduire les coûts de production.

En conclusion, la relance du Haricot Tarbais a permis l'émergence d'une activité nouvelle qui bénéficie désormais à l'ensemble du territoire, notamment à travers l'image

---

<sup>87</sup> Selon la Fédération Nationale des Légumes Secs, la production française de haricot était de 2 800 tonnes en 2005, avec en parallèle des exportations qui s'élevaient à 53 000 tonnes, principalement en provenance d'Argentine.

<sup>88</sup> 55 % des haricots sont vendus sous une forme transformée (surgelé, bocaux, plats cuisinés...). Source : Fédération Nationale des Légumes Secs, 2006.

<sup>89</sup> Temps de trempage de 24 heures pour réhydrater le produit, avant de procéder ensuite à la cuisson.

<sup>90</sup> Par exemple du haricot déshydraté prêt en 25 minutes à destination des restaurateurs, des barquettes sous vide prêtes en 3 minutes au four micro-onde, etc.

<sup>91</sup> Source : études consommateurs réalisées par Fédération Nationale des Légumes Secs, 2004-2006.

véhiculée par le produit. Le dynamisme et la relative unité des acteurs à l'origine du projet sont une autre caractéristique frappante de la filière. Leur propension à s'être entourés de compétences extérieures à travers les partenariats évoqués dans la première partie (CDA des Hautes Pyrénées, MAAP, IRQUALIM) a permis d'arriver à une démarche relativement aboutie. Toute la question est de savoir si les évolutions économiques et commerciales à l'œuvre ne viendront pas remettre en cause cette dynamique collective.

## **IV. Le Bœuf Fermier Aubrac : la recherche d'une plus-value à travers la segmentation d'une production existante**

Issu d'une réflexion globale sur la valorisation de la viande de race Aubrac et sur l'avenir du territoire du même nom (Aveyron, Cantal et Lozère), la démarche label rouge Bœuf Fermier Aubrac s'est inscrite comme le Haricot Tarbais dans une perspective de diversification du revenu des exploitations (même s'il s'agit toujours de viande bovine). Obtenu en 1999, le signe de qualité a vu son développement "accéléré" par la crise de la vache folle survenue en 1996. Depuis, l'association en charge de la gestion de la filière a su acquérir une autonomie vis-à-vis des groupements qui l'ont vu naître et s'efforce de trouver un second souffle pour développer ses volumes.

### **1. La trajectoire historique du produit**

#### **L'histoire du produit et de la démarche**

Indissociable du territoire de l'Aubrac, la race du même nom a fait l'objet d'une sélection par les éleveurs depuis la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. Connue pour ses qualités de rusticité et de fécondité, la race connaît aujourd'hui un essor bien au-delà de son berceau d'origine. A l'instar du Massif Central, l'Aubrac est une région herbagère où prévaut une tradition d'élevage bovin ancestrale. En revanche, l'engraissement est très peu ancré dans les pratiques, étant donné la faible part des céréales dans la surface agricole. Ainsi, la très grande majorité des animaux nés sur l'Aubrac, qu'ils soient en race pure ou croisés, sont soit des animaux vendus jeunes à des engraisseurs extérieurs<sup>92</sup>, soit conservés pour la reproduction.

L'émergence d'une réflexion sur l'identification et la valorisation des animaux de race pure Aubrac au milieu des années 1990 renvoie à plusieurs problématiques :

- d'un côté, la volonté de relancer l'activité de l'abattoir de Sainte-Geneviève (Aveyron), en difficulté depuis plusieurs années (nécessité de mise aux normes, fin des financements pour les abattoirs communaux, cours du marché peu favorables),
- de l'autre, des éleveurs issus d'un groupement de producteurs – Bovi Plateau Central, implanté notamment en Aveyron – convaincus de l'image positive de la race Aubrac auprès des consommateurs et de la nécessité de mettre en place une démarche de valorisation. Le CCP "Fleur d'Aubrac" existait déjà pour les génisses croisées (voir plus loin), mais aucun débouché spécifique n'existait pour les vaches en race pure, qui de ce fait partaient à l'engraissement hors de la région.

Très vite, un partenariat s'instaure entre producteur, abatteurs et bouchers afin de mettre en place un cahier des charges permettant une segmentation au sein même de la race Aubrac sur la base de pratiques traditionnelles (alimentation à l'herbe, transhumance). L'année 1996 voit ainsi la création de l'Association Bœuf Fermier Aubrac (on dira aussi BFA) et

---

<sup>92</sup> Notamment dans les grandes régions françaises d'engraissement (Vendée, Champagne...) ou alors en Italie.



l'émergence d'une filière virtuelle d'ores et déjà fondée sur un cahier des charges spécifique<sup>93</sup>. Après quelques hésitations sur le choix du signe, les professionnels se tournent finalement vers une demande de label rouge, jugé moins lourd d'un point de vue administratif et surtout davantage porteur auprès des consommateurs qu'une AOC (notoriété du signe).

Survenue quelques semaines à peine après la création de l'association, la première crise de la vache folle constitue un événement qui a considérablement bouleversé la destinée de la filière. Au bout de quelques mois, on assiste à une explosion de la demande pour les produits bénéficiant d'un signe de qualité. La démarche BFA trouve dès lors toute sa pertinence dans ce contexte nouveau, marqué par un besoin de réassurance des consommateurs. Un dossier relativement complet et solide permet à l'association d'obtenir le label rouge en 1999, soit trois ans seulement après la première demande.

Le choix réalisé est celui d'un label dit "racial", et non pas territorial. En effet, le terme Aubrac figurant dans la dénomination fait référence à l'animal, et non pas à l'espace géographique. La démarche ne s'est donc pas accompagnée de l'instauration d'une zone comme pour le Haricot Tarbais ou l'Agneau Fermier du Quercy. Nous verrons plus loin les implications de ce choix. En définitive, il est important d'avoir à l'esprit que le label rouge BFA ne concerne pas le métier de base de la très grande majorité des éleveurs de l'Aubrac<sup>94</sup>, mais constitue une diversification pour les exploitations sur les vaches de réforme en race pure ayant en général plus de 6 ans, qui jusqu'alors ne bénéficiaient d'aucun débouché ni d'aucune plus-value.

## **Les atouts de la filière**

Au-delà du contexte commercial extrêmement favorable qui a fait suite à la crise sanitaire, les choix organisationnels qui ont présidé à la création puis à la gestion de l'association sont autant d'atouts pour la filière. Ils renvoient à deux principes majeurs : l'indépendance et l'ouverture. A l'origine de la réflexion, Bovi Plateau Central a également porté la démarche pendant plusieurs années en assurant la gestion opérationnelle de l'association (bureaux, personnel). Les relations entre groupements et abatteurs passaient également par ce biais, ce qui n'était pas sans poser des problèmes de suspicions quant à la neutralité du groupement. Cette situation a finalement été résolue en 2004 par l'embauche d'une technicienne à plein temps, intégralement prise en charge par l'association. Prise contre l'avis de beaucoup d'éleveurs et de dirigeants, cette décision a progressivement contribué à "détendre" les relations parfois conflictuelles entre les acteurs, et présente en outre l'avantage d'avoir un interlocuteur bien identifié, indépendante de tout groupement, pour toute demande faite à la filière.

En amont de cette recherche d'indépendance, l'association a joué le jeu d'une ouverture au plus grand nombre de groupements possible (notamment des structures non commerciales) dans le but de créer les conditions favorables du développement de la filière. L'arrivée en 2000 de la CEMAC (Coopérative des Eleveurs du Massif Central, Aveyron) et de la COBEVIAL (Coopérative de Bétail et de Viande de Lozère) a ainsi permis d'élargir le rayon d'action de la filière. Le tableau ci-dessous dresse un historique de l'entrée de l'ensemble des groupements, aujourd'hui au nombre de 8.

---

<sup>93</sup> Race pure Aubrac, interdiction de l'ensilage, pratique de la transhumance.

<sup>94</sup> Une grande partie de l'activité renvoie à la commercialisation de "broutards" (de 9 à 12 mois) maigres vers le marché italien

**Figure 42 : dates d'entrée des groupements de producteurs dans l'association BFA**

<b>Groupement</b>	<b>Date d'entrée dans BFA</b>
Bovi Plateau Central	Origine (1999)
CEMAC	2000
COBEVIAL	2000
ADECA 15 (Cantal) <sup>95</sup>	2001
UNICOR <sup>96</sup>	2001
ADEL 12 (Aveyron) <sup>97</sup>	2002
Eleveurs du Pays Vert (Cantal)	2005
CEBM <sup>98</sup>	2005

Source, Association BFA, 2007.

Cette volonté conjointe d'indépendance et d'ouverture confère à l'association un fonctionnement de nature quasi interprofessionnelle, notamment en ce qui concerne la gestion des volumes. En effet, chaque semaine, un recensement des besoins des abattoirs et des volumes disponibles au niveau de chaque groupement est réalisé, les deux étant ensuite mis en relation afin de planifier au mieux la gestion des approvisionnements. Bien entendu, ce fonctionnement n'est pas reconnu en tant que tel par les pouvoirs publics, il s'agit d'abord d'un accord moral entre les acteurs.

Cette organisation a été quoi qu'il en soit construite de manière empirique, dans la mesure où les dirigeants de l'époque ne disposaient pas de modèle à suivre. Il en va de même sur la partie commerciale, où là encore la filière s'est distinguée, notamment vis-à-vis de la démarche CCP Fleur d'Aubrac, en faisant le choix de rentrer dans la grande distribution. Le Bœuf Fermier Aubrac s'est ici appuyé sur le partenariat existant entre un des abattoirs de la filière (Castres) et un acteur de la grande distribution (Auchan) pour développer ses volumes de manière significative et commercialiser aujourd'hui près de 65 % des animaux par ce circuit.

La décision de travailler avec la GMS a semble-t-il suscité beaucoup d'oppositions, notamment de la part de metteurs en marché inscrits dans des circuits plus traditionnels, mais a permis, aux dires de nombre d'interlocuteurs rencontrés, de permettre la survie économique de la filière, qui apparaît aujourd'hui mieux armée sur le plan commercial. Les bénéfices générés par la démarche Bœuf Fermier Aubrac label rouge découlent directement des éléments d'analyse qui viennent d'être identifiés. La présentation de la structure actuelle de la filière permettra ensuite de mettre en perspective ces bénéfices.

## **2. La structure et l'organisation de la filière**

Ainsi que nous l'avons dit plus haut, le cahier des charges label rouge Bœuf Fermier Aubrac a été construit sur un modèle racial (type Charolais, Blonde d'Aquitaine...). Aucune zone n'a donc été délimitée : tous les animaux respectant les règles de production, quelle que

<sup>95</sup> Association pour le Développement de l'Élevage Cantalien.

<sup>96</sup> Union des Coopératives du Rouergue (Aveyron).

<sup>97</sup> Association Départementale des Éleveurs de l'Aveyron.

<sup>98</sup> Coopérative des Éleveurs de Bovin du Mézenc (Haute-Loire).

soit sa localisation, a le droit au label, à condition que l'éleveur adhère à un groupement lui-même membre de l'association<sup>99</sup>.

Pour autant, l'absence de zone ne signifie pas l'absence de contraintes. La pratique obligatoire de la transhumance durant l'été conjuguée à une altitude minimale de 800 mètres restreint finalement la production à l'ensemble des piémonts (Massif Central, Pyrénées...). Par ailleurs, les animaux doivent être en race pure Aubrac et âgés de 28 mois à 9 ans. L'alimentation est principalement fourragère, néanmoins, l'ensilage d'herbe et l'enrubannage sont des pratiques autorisées sous certaines conditions. En fin de cycle, il est prévu une phase de "finition" des animaux de 4 mois, durant laquelle les aliments fermentés sont totalement interdits. A tous ces éléments viennent se rajouter les critères du cahier des charges "fermier", qui réglemente le chargement à l'hectare et l'achat des animaux au sein de la zone.

Depuis sa création, l'Association Bœuf Fermier Aubrac regroupe les deux grandes familles professionnelles qui interviennent dans la filière : les producteurs (à travers les 8 groupements précédemment cités) et les abatteurs, qui sont au nombre de 3 : Bigard (Castres), Arcadie Sud-Ouest (Rodez) et les Etablissements Pujol (Sainte-Geneviève). Par ailleurs, la présence du label rouge implique un référencement pour les fabricants d'aliment, les grossistes, les ateliers de découpe et les metteurs en marché. Ceux-ci sont principalement des artisans bouchers (3) et des magasins du groupe Auchan (6, répartis dans le sud de la France<sup>100</sup>). Tous ces interlocuteurs sont liés par contrat avec l'association et sont tenus, chacun à leur niveau, de respecter le cahier des charges.

En 2006, les 8 groupements de producteurs regroupaient 492 éleveurs adhérents au label. Ces groupements sont de deux types :

- les organisations dites "commerciales", telles que Bovi PC ou la CEMAC par exemple, disposant de techniciens et de commerciaux qui vont directement chez les éleveurs afin d'acheter les animaux,
- les organisations dites "non commerciales"<sup>101</sup>, telles que l'ADEL 12 ou l'ADECA 15, qui gèrent l'appui technique mais laissent la partie commerciale à des négociants indépendants agréés par le groupement.

Pour ces structures, la production de Bœuf Fermier Aubrac label rouge ne constitue qu'une part marginale de leur activité. Les plus gros apporteurs sont aujourd'hui Bovi Plateau Central et la CEMAC, qui représentent chacun près de 30 % des volumes totaux (graphique ci-dessous). A noter que les proportions sont relativement voisines si l'on considère le nombre de producteurs par groupement.

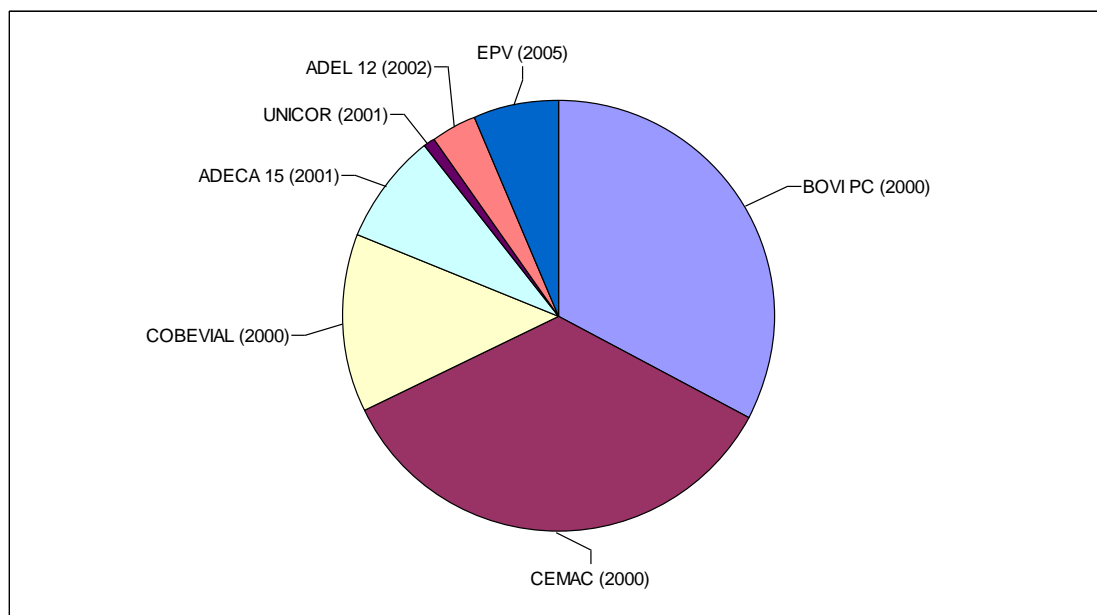
---

<sup>99</sup> Induite par la nouvelle Loi d'Orientation Agricole du 5 janvier 2006, la refonte des statuts de l'association permet (en théorie) désormais l'adhésion d'un producteur "isolé".

<sup>100</sup> Montpellier, Béziers, Sète, Toulouse, Castres et Perpignan.

<sup>101</sup> On parle aussi d'association d'éleveurs.

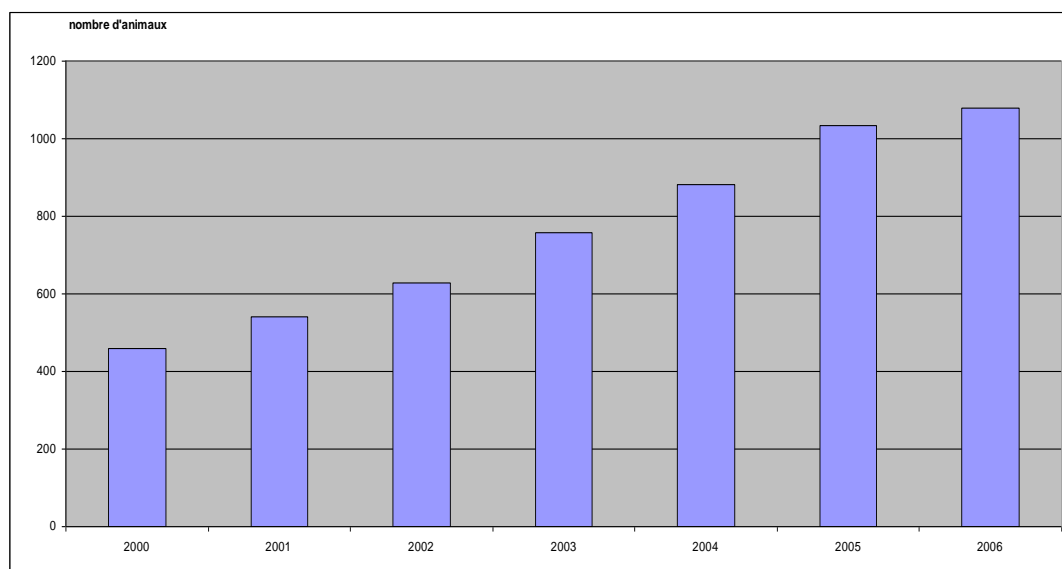
**Figure 43 : répartition des volumes de Boeuf Fermier Aubrac par groupement (2006)**



Source : Association BFA, 2007.

L'année 2006 a vu la commercialisation de 1 079 animaux sous label rouge Bœuf Fermier Aubrac. Le développement de la filière est donc considérable puisqu'en 2000, le chiffre était de 460, soit une hausse de 134 % (graphique ci-dessous). Le nombre d'éleveurs a suivi la même tendance : de 56 en 2000, on est passé à 492 en 2006.

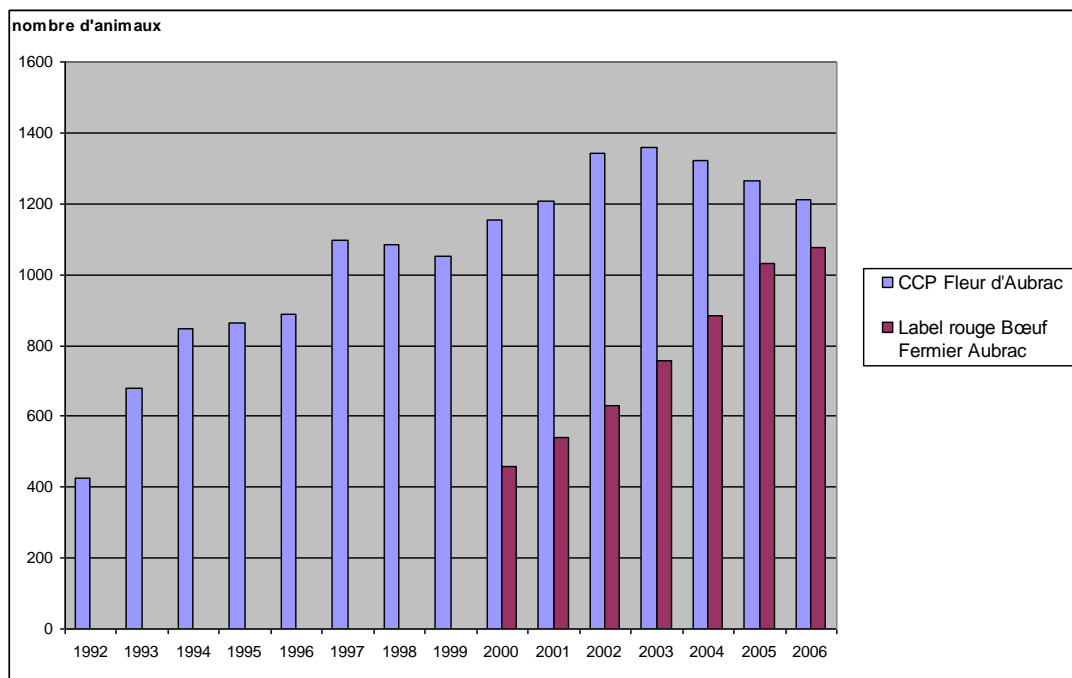
**Figure 44 : évolution des volumes de Boeuf Fermier Aubrac (2000-2006)**



Source : Association BFA, 2007.

Cette évolution positive constitue un atout qu'il convient de souligner, notamment au regard de la filière "voisine" Fleur d'Aubrac, qui connaît une trajectoire davantage marquée par une stagnation ces dernières années. La confrontation des deux courbes illustre cette dynamique inversée (graphique ci-dessous).

**Figure 45 : évolution comparée des volumes de Fleur d'Aubrac et de BFA (1992-2006)**



Source : Association des Viandes Bovines de l'Aubrac, Association BFA, 2007.

Obtenu en 1992, la CCP Fleur d'Aubrac concerne non pas des vaches de réforme mais des génisses âgées de 30 à 46 mois croisées Aubrac – Charolais. Portée par un groupement implanté en Lozère (COBEVIAL), la démarche visait à sauvegarder la production de génisses, sur le point de s'effondrer au milieu des années 1980. A l'inverse de BFA, le principe fondateur est territorial, et non racial, le cahier des charges comportant une zone à l'intérieur de laquelle les animaux doivent être nés, élevés et abattus<sup>102</sup>. La filière se structure aujourd'hui autour de 2 abattoirs (Rodez et Marvejols) et 3 organisations de producteurs. La viande est essentiellement commercialisée dans le sud-est de la France.

Les deux produits renvoient certes à des problématiques différentes, la démarche Fleur d'Aubrac souffre notamment de la baisse du nombre d'insémination en Charolais au profit de la race pure Aubrac (facilité de vêlage). Toutefois, les difficultés actuelles de la CCP proviennent également de choix stratégiques qui ont été faits en termes de circuits commerciaux, les bouchers traditionnels représentant l'intégralité des débouchés du produit. Les produits sous label rouge Bœuf Fermier Aubrac sont quant à eux commercialisés à 65 % auprès des magasins Auchan. Les 35 % restants étant partagés à part égale entre les bouchers traditionnels et la restauration. Cette prépondérance de la grande distribution s'explique en partie par le contrat d'exclusivité signé entre Auchan et l'abattoir de Castres, détenu par le groupe Bigard.

En dépit de son important développement, la filière BFA label rouge pèse peu face à l'activité bovine globale de la région<sup>103</sup>. Nous allons voir que les bénéfices engendrés par le signe de qualité vont toutefois bien au-delà de ce seul poids économique.

<sup>102</sup> La zone compte 313 communes localisées en Aveyron, Lozère, Cantal, et Haute-Loire.

<sup>103</sup> L'Aubrac compte environ 80 000 têtes de bétail et 25 000 animaux abattus chaque année. Les bêtes bénéficiant d'un signe de qualité représentent donc à peine 10 % du volume total (1 079 label rouge, 1 203 CCP et environ 200 animaux en Agriculture Biologique, soit 2 482 animaux sur 25 000). Source : Association BFA, 2007.

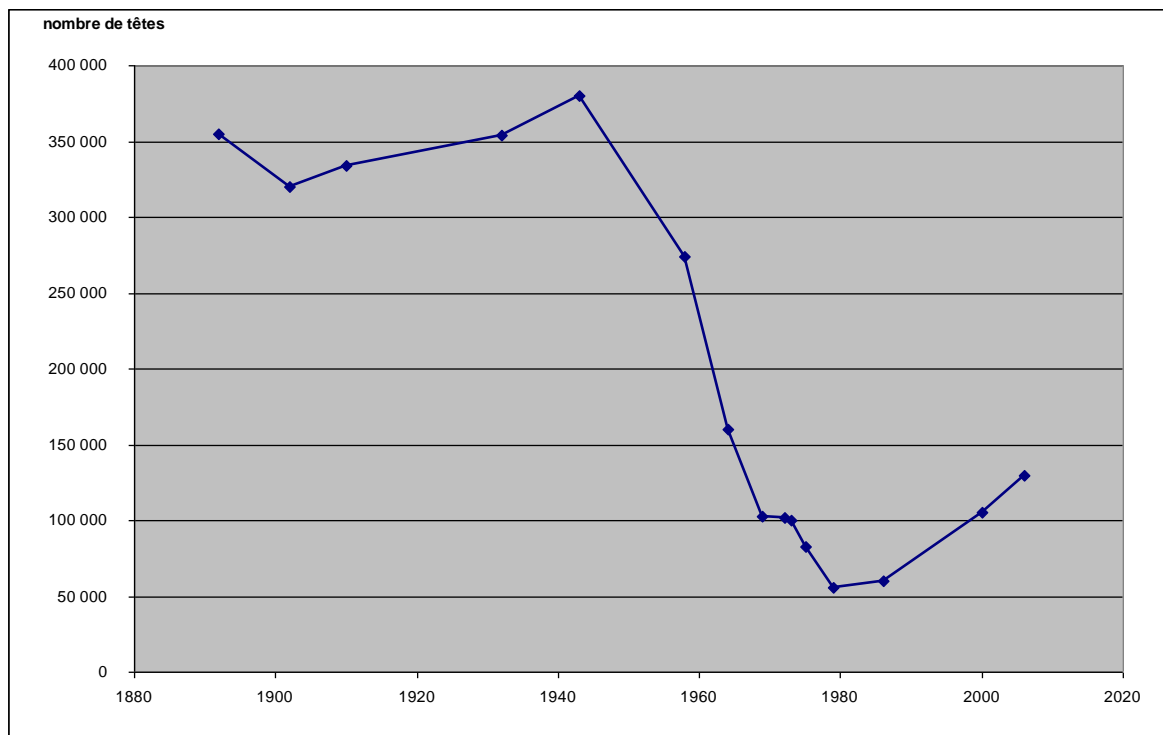
### 3. Les bénéfices engendrés par le signe de qualité

Le caractère complémentaire de l'activité rend ici inutile la mobilisation d'indicateurs tels que l'emploi ou la contribution du signe de qualité à l'installation. Les thématiques abordées ici vont concerner le bassin de production (race Aubrac, pratiques et représentations des éleveurs), la rémunération des producteurs et la valorisation du produit fini.

#### Le label rouge au sein de son bassin de production

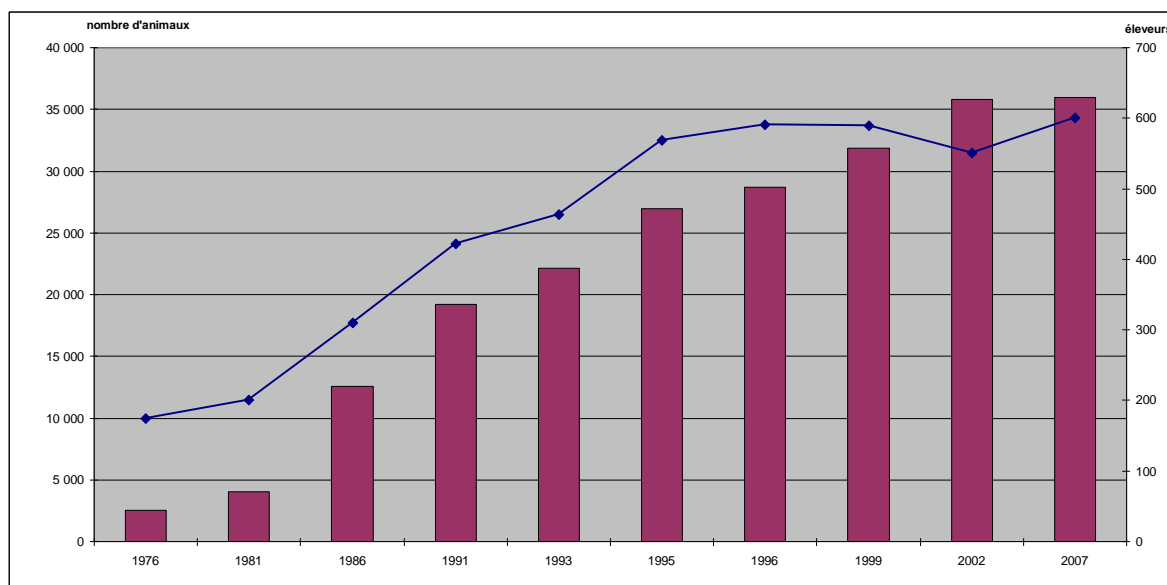
Bien que récente, la démarche BFA s'inscrit dans une dynamique plus large de relance / développement de la race Aubrac. Intervenue à la fin des années 1970, cette relance a été confortée par l'obtention du signe de qualité, sans que cette contribution puisse être évaluée de manière précise. A cette époque, les effectifs étaient à leur plus bas niveau, avec 55 000 têtes en 1979, contre plus de 350 000 dans les années 1940. L'important travail de sélection et de promotion réalisé par l'Union Aubrac, en charge de la gestion de la race, a permis de ramener les effectifs à 130 000 aujourd'hui. L'Union suit désormais 600 adhérents et 36 000 animaux. Les effectifs se développent ainsi hors de la région d'origine (Pyrénées, Est de la France). Les difficultés pour trouver de la main d'œuvre et la facilité de conduite des Aubrac justifient ce développement (graphique ci-dessous). Les performances obtenues sont largement comparables aux "grandes" races que sont la Charolaise ou la Blonde d'Aquitaine.

Figure 46 : évolution des effectifs Aubrac en France (1880-2006)



Source : Union Aubrac, 2007.

**Figure 47 : évolution du nombre d'animaux et d'éleveurs suivis par l'Union Aubrac (1976-2007)**



Source : Union Aubrac, 2007.

L'apparition du label rouge a également un effet significatif sur les pratiques et les représentations des éleveurs. D'une part, l'activité d'engraissement des animaux a légèrement augmenté, d'autre part, les éleveurs sont forcés d'élargir leur horizon stratégique et de "voir au-delà" de leur exploitation, ce qui a une incidence certaine sur la perception de leur métier.

En dépit d'un contexte géographique peu propice à l'engraissement, le label a malgré tout eu le mérite d'accroître cette pratique chez un certain nombre d'éleveurs. Difficile à quantifier, cette évolution est perçue par beaucoup d'interlocuteurs rencontrés. L'émergence de ce nouveau débouché a fait prendre conscience à beaucoup d'éleveurs de l'intérêt potentiel de conserver les animaux, ainsi que de leur capacité en la matière. En lien avec la chambre départementale, l'Association BFA s'est ainsi efforcée d'appuyer au mieux cette évolution (appui technique, stages sur la finition des animaux, retour des abattoirs...).

Bien que modeste<sup>104</sup>, cette pratique contribue à une plus grande conservation de la plus-value sur la zone, tout en sécurisant davantage le revenu des exploitations par rapport au cours des animaux maigres. Le label rouge a donc été envisagé comme un outil de travail supplémentaire au service des éleveurs (rajeunissement, renouvellement, amélioration génétique).

Ces changements de pratiques ont eu aussi pour effet d'élargir l'horizon des éleveurs, notamment vers l'aval des filières, étant donné l'instauration d'un paiement à la qualité. On a ainsi pu rencontrer des producteurs extrêmement concernés par le devenir de leurs animaux, n'hésitant pas à contacter l'abattoir afin d'avoir un retour et à modifier leur manière de travailler si besoin. De telles évolutions dans les habitudes contribuent incontestablement à une meilleure compréhension des problèmes liés à la commercialisation : les éleveurs apparaissent plus motivés, plus réactifs, et davantage enclins à s'approprier les nouvelles réglementations mises en place. De ce point de vue, l'instauration d'un signe de qualité va à l'encontre de la tendance à l'isolement des agriculteurs sur leur exploitation.


<sup>104</sup> Des techniciens interrogés à ce sujet estiment que le développement de l'engraissement n'est pas du à l'adoption de cette pratique par de nouveaux éleveurs, mais principalement imputable à l'accroissement de ceux qui engraisaient déjà auparavant.

Le fait de contribuer à la production d'un produit bénéficiant d'un label rouge, et donc d'une image positive auprès des consommateurs, alimente également le sentiment de fierté des éleveurs. On peut souligner à cet égard le caractère valorisant des rencontres avec les consommateurs au cours des animations en magasin. Bien qu'impossible à quantifier, cet aspect apparaît comme fondamental, surtout après les crises sanitaires des dernières années, très souvent mal vécues par les éleveurs. Extrêmement répandus dans la région, les foires, marchés et concours aux bestiaux<sup>105</sup> organisés tout au long de l'année contribuent également à cette reconnaissance du métier.

## La place du label rouge dans la rémunération des producteurs<sup>106</sup>

Fondée sur la mise en relation hebdomadaire des groupements et des abatteurs, l'organisation de la filière permet une rémunération identique pour l'ensemble des producteurs engagés en ce qui concerne les animaux commercialisés sous label. La transparence du système est assurée par une grille de prix payé à l'éleveur, instaurée au moment de la création de l'association, fondée sur les critères d'âge, de poids et de classement des animaux (figure ci-dessous). La vocation de cette grille a toujours été de maintenir une valorisation supérieure à de la viande Aubrac conventionnelle (2 francs de plus au kilo à l'origine, soit 0,30 €).

Figure 48 : la grille de prix Boeuf Fermier Aubrac label rouge (2006)<sup>107</sup>



**ASSOCIATION  
BŒUF FERMIER AUBRAC**

**GRILLE DE PRIX**  
APPLICABLE A PARTIR DU 18 SEPTEMBRE 2006

Eleveurs : Prix payé à l'éleveur - 1,2 % du montant HT de l'animal pour l'association BFA

Age	Animaux de moins de 42 mois	vaches - de 6 ans	vaches + de 6 ans
<b>Classement</b>			
U=	4,41 €	4,34 €	4,26 €
U-	4,26 €	4,19 €	4,11 €
R+	4,11 €	4,04 €	3,96 €
R=	3,96 €	3,89 €	3,81 €
R-	3,81 €	3,74 €	3,66 €
Minoration pour poids inférieur à :		313 kg : -0,16 €	313 kg : -0,16 €

**Etat d'engraissement :**  
2 et 3 : états d'engraissement autorisés  
4 : état autorisé pour les plus de 4 ans mais, -0,16 € par kg de carcasse

Source : Association BFA, 2007.

La présence de cette grille constitue une sorte de sécurité face à l'incertitude du marché, dans la mesure où l'éleveur peut prévoir à l'avance le prix de ces animaux. Considérés

<sup>105</sup> Ces manifestations sont résolument positionnées sur le haut de gamme et les signes de qualité (Laguiole, Baraqueville).

<sup>106</sup> Les coûts de labellisation ont été estimés à environ 0,03 € / kilo de carcasse (contrôles externes uniquement).

<sup>107</sup> Les prix sont en € / kilo de carcasse. Il existe également une grille pour les abatteurs, caractérisée par un différentiel de 0,13 € pour l'ensemble des niveaux de prix.



à un moment donné, les niveaux de prix ne sont donc pas directement liés au cours du marché et excluent toute négociation. Beaucoup d'éleveurs demeurent malgré tout attachés à leur liberté commerciale et sont davantage attachés à la dimension relationnelle de la négociation. Là encore, tout est question de sensibilité personnelle et aussi de génération.

Construite par un groupe de travail constitué de professionnels (éleveurs, abatteurs, commerciaux issus de groupements), la grille BFA est globalement bien considérée par les éleveurs, dans la mesure où elle résulte d'un compromis interne à la filière, et ne renvoie pas de ce fait à des cotations éloignées du contexte local.

L'autre caractéristique marquante de cet outil réside dans sa propension à évoluer au gré des fluctuations extérieures. Ainsi, face à une augmentation des cours de l'Aubrac conventionnel, la grille BFA a connu plusieurs modifications à la hausse dans le but de maintenir le différentiel. Cette évolution est un point positif à souligner dans la mesure où elle a permis un accroissement du produit brut issu des ventes labels, comme l'indique le tableau suivant. Depuis 2002, l'augmentation est constante, et la manne financière globale dédiée à la rémunération des producteurs s'est accrue de 86 % sur la période.

**Figure 49 : évolutions de la valorisation du Bœuf Fermier Aubrac (2002-2006)**

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Prix moyen (€ / kilo)</b>	3,55	3,58	3,58	3,70	3,80
<b>Poids moyen animal (kilo)</b>	360,9	367,4	364,6	366,2	366,7
<b>Prix moyen animal (€)</b>	1 281,2	1 315,3	1 305,3	1 354,9	1 393,5
<b>Produit brut global (millions €)</b>	0,80	0,99	1,15	1,40	1,50

Source : Association BFA, 2007.

Une autre méthode permettant d'illustrer cette tendance réside dans la confrontation de deux grilles successives (en l'occurrence ici août 2005 et décembre 2006) à travers le classement fictif de plusieurs animaux "moyens" (de 1 à 5), et de voir le résultat en termes de valorisation. Le différentiel de prix entre les deux grilles apparaît d'autant plus significatif que l'animal est bien conformé.

**Figure 50 : comparaison des grilles de prix BFA (2005-2006)**

	Classement	Poids (kilo)	Age (mois)	Grille 2005 (€ / kilo)	Grille 2006 (€ / kilo)	Différentiel 2005-2006 (€ / kilo)	Différentiel par animal (€)
<b>Animal 1</b>	U=	412	70	4,08	4,34	+ 0,26	+ 107,2
<b>Animal 2</b>	U-	448	99	3,73	4,11	+ 0,38	+ 170,5
<b>Animal 3</b>	R+	414	83	3,79	3,96	+ 0,17	+ 70,5
<b>Animal 4</b>	R=	368	115	3,68	3,81	+ 0,13	+ 47,9
<b>Animal 5</b>	R-	340	122	3,66	3,66	+ 0,00	+ 0,0

Source : Association BFA, 2007<sup>108</sup>.

<sup>108</sup> Le cahier des charges label rouge concerne des animaux âgés de moins de 9 ans (soit 108 mois). Nous avons toutefois choisi de conserver les vaches au-dessus de ce seuil, afin d'avoir un point de comparaison supplémentaire.

Ces chiffres sont quoi qu'il en soit révélateurs de la capacité d'adaptation de la filière. L'enjeu réside en effet non pas seulement dans le maintien d'un prix élevé, mais dans le maintien du différentiel avec les animaux conventionnels. Le caractère rémunérateur de l'activité label doit donc également être prise en compte. La très forte demande sur les animaux Aubrac a eu comme effet une augmentation des prix d'achat pour les animaux conventionnels, qui ont de ce fait partiellement rattrapé leurs homologues labels durant certaines périodes<sup>109</sup>.

Nous nous sommes donc intéressé à la commercialisation des Aubrac conventionnels, qui se fait soit avec des animaux ne pouvant prétendre au label (âge, absence de transhumance), soit par absence de volonté des éleveurs, soit à travers des politiques de groupements fondées sur des marques privées. Un éclairage dans quelques groupements permet d'obtenir des résultats intéressants<sup>110</sup>. Au sein du premier groupement interrogé, on déclare un différentiel de 20 % dans le prix d'achat aux éleveurs en faveur du BFA, un différentiel en baisse si l'on revient quelques années en arrière. Ainsi, une Aubrac conventionnel se situerait entre 2,90 et 3,20 € / kilo de carcasse, tandis qu'un animal BFA oscille en général entre 3,80 et 4,10 €. Pour information, une bête vendue sur le marché de Laissac (Aveyron) atteint selon les cas de 2,50 à 3 €<sup>111</sup>. Dans le second groupement, le différentiel est exprimé en euro et atteint 0,45 €. Cet écart est économique mais également politique, dans la mesure où la stratégie est de le maintenir en l'état. Les quantités livrées en BFA sont en revanche bien moins importantes (environ 10 fois moins que les volumes de conventionnel).

Tout récemment, l'Association a mis en place un système de "surveillance" des prix pour les Aubrac conventionnels, ceci afin de suivre au plus près les évolutions des cours et d'ajuster éventuellement la grille BFA en conséquence. Nous disposons donc de données pour les premiers mois de l'année 2007 (janvier-mars), fournies par les groupements et concernant toutes les caractéristiques des transactions (poids, âge, classement, prix payé à l'éleveur). Sur cette base, nous avons procédé à un tri des animaux susceptibles de rentrer dans la grille BFA, et leur avons attribué le prix correspondant. Nous avons ensuite confronté ce prix fictif au prix réellement payé. Le tableau ci-dessous synthétise les résultats obtenus à partir de moyennes faites sur des animaux de même classement.

**Figure 51 : différentiel (fictif) entre Aubrac conventionnel et Aubrac label (janvier – mars 2007)**

	Poids (kilo)	Nbre d'animaux pris en compte	Age (mois)	Prix éleveur (€ / kilo)	Si BFA (€ / kilo)	Différentiel (€ / kilo)	Diff. par animal (€)
Moyenne U-	448	4	99	3,24	4,15	0,91	453,2
Moyenne R+	414	11	83	3,33	4,00	0,67	302,2
Moyenne R=	368	12	115	3,25	3,81	0,56	205,6
Moyenne R-	340	15	122	3,19	3,66	0,47	160,0
Moyenne globale	<b>378</b>	<b>42</b>	<b>107.7</b>	<b>3,25</b>	<b>3,84</b>	<b>0,59</b>	<b>238,2</b>

Source : Association BFA, 2007<sup>112</sup>.

<sup>109</sup> Cela a été le cas au milieu de l'année 2005, ce qui explique le rehaussement de la grille BFA à cette période.

<sup>110</sup> Les noms de ces groupements ont ici été volontairement masqués.

<sup>111</sup> De par son importance, le marché de Laissac constitue une référence, mais ne permet pas d'obtenir des données précises étant donné l'absence de cotation par race.

<sup>112</sup> Même remarque que pour le tableau précédent (note n°106).

Ces données constituent juste une indication, étant donné la courte période de suivi. De plus, elles concernent un nombre d'animaux relativement restreint, issus de seulement deux groupements. Nous avons toutefois jugé ces informations suffisamment pertinentes pour les présenter comme des bénéfices pour les éleveurs. Comme pour le tableau précédent, on constate un différentiel plus visible pour les animaux les mieux classés.

La plupart des interlocuteurs interrogés sur cette question de la valorisation estiment qu'une telle mesure effectuée au début des années 2000 aurait donné un différentiel beaucoup plus significatif. Cette perception est une bonne illustration de la tendance actuelle : le phénomène de rattrapage du conventionnel en termes de prix. Les facteurs de ce rattrapage sont multiples, mais il en est un admis pour toutes les personnes rencontrées : l'obtention du label a permis – comme pour l'Agneau Fermier du Quercy – de tirer la valorisation de l'ensemble des produits vers le haut.

Quantifier un tel phénomène n'est pas chose facile. Une enquête non représentative effectuée chez tous les éleveurs rencontrés fait apparaître un prix moyen actuel Aubrac avoisinant les 3,80 € / kilo de carcasse. Les quelques informations dont nous disposons<sup>113</sup> permettent d'obtenir un prix de 2,80 € à classement égal pour la période précédent l'obtention du label rouge (1996-1999), soit une augmentation de 36 %.

Dans cette tendance de fond, l'impact du label est incontestable. D'une part, il est "mécanique" dans le sens où le signe de qualité a créé un nouveau débouché, et de ce fait "assaini" le marché, provoquant une raréfaction relative de l'offre. Cet impact est à nuancer car l'importance numérique des animaux labels est faible par rapport au cheptel Aubrac dans son ensemble<sup>114</sup>. D'autre part, on constate que la grille a introduit un point de repère pour les éleveurs. Ainsi, les négociants désireux d'acquérir des animaux directement dans les exploitations doivent tenir compte de cette référence et proposer des prix cohérents. Tous les éleveurs rencontrés sont ainsi persuadés que sans la grille, le marché du conventionnel serait aujourd'hui beaucoup plus bas.

La réussite du Bœuf Fermier Aubrac en termes de valorisation a donc contribué à une hausse globale des cours de l'Aubrac. Cette évolution est certes dommageable du point de vue de la filière, étant donné que le resserrement des prix peut inciter des producteurs à ne plus s'impliquer dans la démarche. Nous avons cependant fait le choix de présenter ce phénomène comme un bénéfice, dans le sens où les hausses de prix ont profité à l'ensemble des éleveurs du bassin et donc contribué à la bonne santé des exploitations.

## **Le label rouge et la commercialisation des animaux**

En aval de la filière, les apports du signe de qualité sont également visibles. Les abatteurs rencontrés nous confirment tous un prix de vente plus élevé pour les BFA, avec un différentiel qui oscille entre 0,50 et 0,90 € / kilo de carcasse. Ces prix sont en rapport avec les achats auprès des groupements. Le tableau ci-dessous résulte des déclarations de différents

---

<sup>113</sup> Déclaration des éleveurs, comptabilités personnelles...

<sup>114</sup> Comme dit plus haut, il y a un rapport de 1 à 10 entre Aubrac BFA et Aubrac conventionnel chez certains groupements. De même, l'un des abatteurs rencontrés commercialise environ 50 Aubrac par semaine, pour seulement 4 à 6 BFA. On n'est donc pas dans le contexte du Veau de l'Aveyron et du Ségala (qui représente dans la zone 60 % de la production de veaux gras), où le phénomène d'assainissement est beaucoup plus prononcé.

responsables d'abattoirs. Il s'agit de moyennes qui permettent d'avoir à l'esprit un ordre de grandeur quant aux transactions entre groupements et abatteurs.

**Figure 52 : comparaison de prix d'achat aux groupements par les abatteurs (BFA et conventionnel)**

	Vente conventionnel	Vente BFA
- de 300 kilo, + de 15 ans	2.80 € / kilo	hors label
+ de 300 kilos, 12 ans	3,00 à 3,20 € / kilo	3,60 à 3,80 € / kilo
+ de 330 kilos, - de 10 ans	3,50 € / kilo	3,80 à 3,90 € / kilo

Source : enquêtes personnelles abattoirs, 2007.

Outre le fait qu'elle a permis un référencement en GMS, la présence du label rouge induit des relations particulières avec les distributeurs. Les discussions sont de nature différente puisque dans le cas de BFA, le distributeur participe aux réunions de la filière et se confronte directement aux autres acteurs. D'une manière générale, les critères classiques (prix, marge...) sont moins prégnants au profit de la régularité du produit (quantitative et qualitative). De même, la grille est un atout considérable dans la relation étant donné que les distributeurs sont de moins en moins enclins à faire varier les prix sur l'année.

Une illustration concrète des relations de partenariat – toutes proportions gardées – entre l'Association BFA et la grande distribution nous est donnée par les problèmes d'approvisionnement survenus pendant l'été 2004, période durant laquelle la filière a éprouvé quelques difficultés pour fournir. Les bonnes relations ont malgré tout permis de surmonter ce problème (en évitant un déréférencement) et de maintenir le partenariat. La segmentation du marché opérée par le label a enfin permis à la filière d'accéder à de nouveaux marchés. Des contrats ont ainsi pu être signés avec des traiteurs, des restaurateurs, pour commercialiser des morceaux moins nobles (bourguignons, sautés...) mais dorénavant positionnés haut de gamme.

En conclusion, même si les apports du label rouge BFA peuvent être qualifiés de "moins visibles" qu'au moment des crises sanitaires, sa pertinence demeure avérée aujourd'hui encore. Le contexte de manque de matière première à l'échelle européenne pourrait entraîner des importations massives dans les années à venir. Cette concurrence accrue pourrait redonner aux produits labels un intérêt plus visible pour les producteurs. Abordés en filigrane durant cette présentation, les facteurs de fragilité n'en sont pas moins nombreux.

#### **4. Les enjeux du développement de la filière**

Les enjeux auxquels est confrontée la filière sont de trois ordres : organisationnels, productifs et commerciaux.

En ce qui concerne l'organisation de la filière, le développement des volumes est freiné en permanence par l'activité d'engraissement, qui reste faible à l'échelle régionale. Sur les quelques 500 éleveurs engagés en BFA, seuls 350 livrent réellement des animaux pour le label, on arrive donc à une moyenne à peine supérieure à 3 animaux par éleveur et par an<sup>115</sup>. Outre les aspects historiques déjà évoqués, l'Aubrac est confronté à une pression commerciale constante de la part de négociants privés à la recherche d'animaux maigres. Qualifiée de

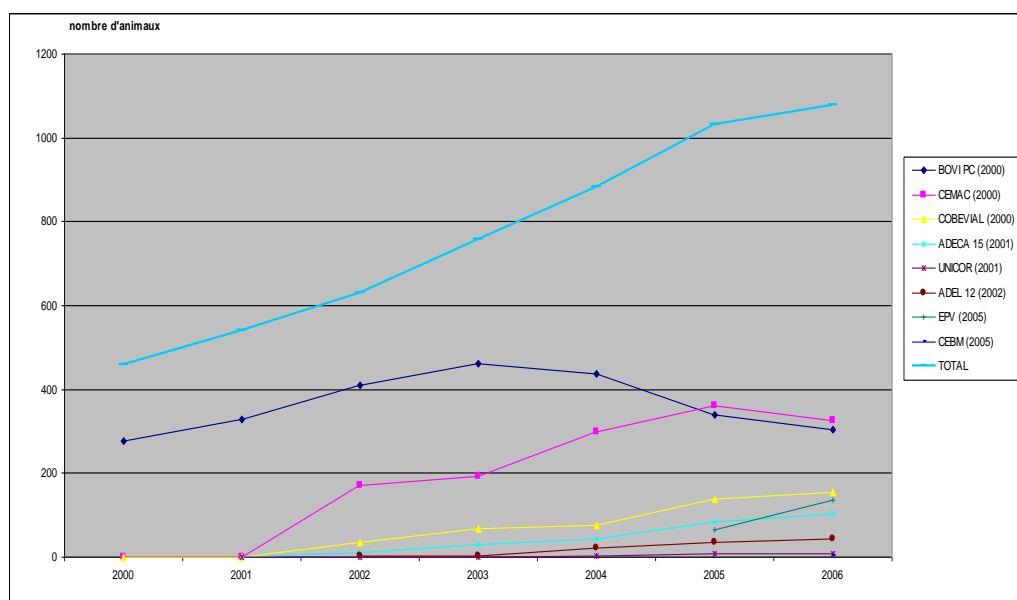
<sup>115</sup> Ce faible taux s'explique par le fait que beaucoup d'éleveurs n'ont pas adhéré à la démarche pour produire, mais pour pouvoir bénéficier de certaines aides liées aux Contrats Territoriaux d'Exploitation.

"racket" par certains éleveurs, les prix pratiqués rendent totalement inutile toute démarche de valorisation locale. Evoqué par plusieurs personnes rencontrées, l'esprit d'indépendance, voire l'individualisme, des éleveurs de l'Aubrac est un facteur accentuant cette situation<sup>116</sup>.

L'analyse de l'activité des groupements illustre ce point. Les trois premiers apporteurs de la filière (Bovi PC, CEMAC et COBEVIAL) commercialisent au total près de 92 000 animaux par an. La boucherie représente moins de 25 000 animaux (27 %) et les BFA seulement 784 têtes, soit moins de 1 % de l'activité. Pour ces structures comme pour l'Aubrac dans son ensemble, le métier de base demeure la production d'animaux maigres (Aubrac, Charolais...) pour le marché italien, gros consommateur de viande jeune<sup>117</sup>.

Dans certains groupements, la mobilisation des éleveurs autour des animaux labels devient problématique. Ainsi, on constate depuis quelques années une baisse des livraisons chez les principaux apporteurs (Bovi PC, CEMAC, COBEVIAL). Le développement de la filière est donc porté par les groupements arrivés plus tard, qui connaissent quant à eux un développement certain (graphique ci-dessous).

**Figure 53 : évolution des apports des groupements à la filière BFA (2000-2006)**



Source : Association BFA, 2007.

Cette situation amène les dirigeants de la filière à réfléchir sur l'engagement des éleveurs, aujourd'hui jugé problématique<sup>118</sup>. On pourrait ainsi envisager un engagement individuel ferme de plusieurs animaux par an, permettant ainsi une meilleure gestion des flux.

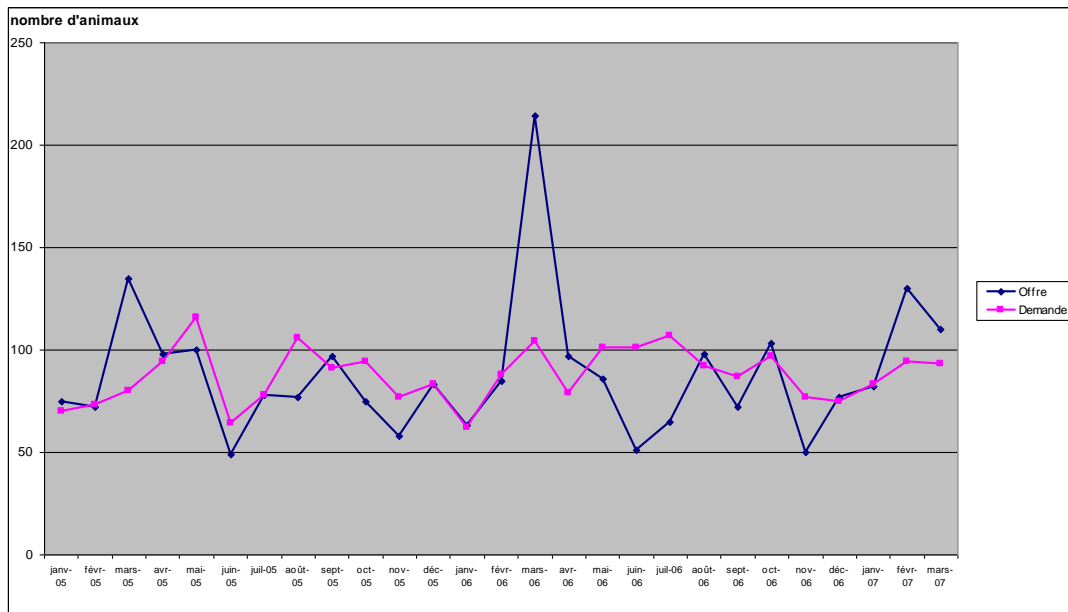
<sup>116</sup> Dans le calcul économique des éleveurs : la priorité va aux animaux maigres, qui constituent la première source de revenu, viennent ensuite les reproducteurs, et seulement après les animaux de boucherie. Dans un schéma "normal", l'engraissement n'est donc pas une pratique habituelle. Celui-ci vient souvent en dernier recours, quand l'animal ne convient pas pour une vente en maigre ou en reproducteur. Les contraintes liées à cette pratique (achat de céréales, soins...) compliquent encore davantage la situation.

<sup>117</sup> Cette activité représente entre 85 et 95 % de l'activité des groupements engagés dans BFA (source : enquêtes personnelles, 2007). En dépit d'une correction depuis le début de l'année 2007, les cours du maigre italien demeurent à des niveaux extrêmement élevés.

<sup>118</sup> Au quotidien, les éleveurs sont tenus d'annoncer 4 mois à l'avance (temps de l'engraissement) les animaux devant être commercialisés en label. Les données dont disposent les groupements ne sont donc que des prévisions, des estimations, parfois sujettes à d'importantes évolutions par la suite.

Aux difficultés d'approvisionnement, s'ajoutent les problèmes liés à la saisonnalité de la production durant l'été. Etant donné les coûts et les charges de travail par ailleurs, l'engraissement durant la période estivale est en effet encore plus compliqué à mettre en place. Cette situation est un handicap d'autant plus grave que la plupart des magasins partenaires de la filière sont situés en zone méditerranéenne, et que l'afflux de touristes l'été accroît les besoins. L'étalement de la production constitue donc un enjeu de premier ordre. Illustrée par le graphique ci-dessous, l'adéquation difficile entre l'offre (animaux annoncés par les groupements) et la demande (besoin des abatteurs) est particulièrement visible pour le printemps 2006. Ces périodes de creux alternent avec des périodes de forte production.

**Figure 54 : comparaison offre / demande en BFA (2005-2007)**



Source : Association BFA, 2007.

Pour tenter de pallier à ce problème, les dirigeants de la filière ont souhaité mettre en place en 2007 un système d'incitations financières et de prélèvements. Appelé "caisse de péréquation", ce système vise à diminuer les prix payés durant la période février-mai et à reverser ces sommes entre juin et septembre<sup>119</sup>. Globalement comprise bien que difficile à prendre, cette décision semble déjà apporter des résultats significatifs dans les mises en engraissement des animaux pour l'été à venir. A cela s'ajoute une dérogation valable uniquement pour 2007, permettant de vendre des animaux BFA jusqu'à 12 ans au lieu de 9. Globalement, le contenu du cahier des charges est discuté, certains acteurs jugeant parfois que les contraintes liées à la mention fermière (chargement à l'hectare) et à l'altitude "bloquent" le développement de la production.

Au-delà des enjeux organisationnels, les dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production sont susceptibles de freiner le développement de la filière. L'installation est ainsi une problématique récurrente. Sur l'Aubrac, on constate des cessations d'activité de plus en plus fréquentes, sans reprise, même partielle. De même, les regroupements d'exploitations se font très souvent au détriment du nombre d'animaux. La baisse du cheptel est une conséquence directe de ces évolutions. L'installation a pour corollaire le prix du foncier, qui se situe sur l'Aubrac à des niveaux parfois très élevés. On constate ainsi une très forte pression

<sup>119</sup> Les prélèvements oscillent entre 0,07 et 0,15 € / kilo, tandis que les bonus varient entre 0,10 et 0,22 € / kilo.

sur les estives dans le Cantal et le Puy de Dôme, notamment par l'arrivée d'éleveurs aveyronnais<sup>120</sup>. Même s'il s'agit plutôt d'un indicateur de bonne santé économique, le prix élevé du foncier n'en constitue pas moins un obstacle pour la reprise d'exploitations.

Plus globalement, les éleveurs rencontrés nous font part d'une souffrance économique de plus en plus forte, accentuée par un manque de visibilité sur les cours. Les charges, le manque de main d'œuvre et les contraintes classiques dues à l'élevage expliquent cette perception. L'éventualité de suppression des aides pour les vaches allaitantes (prime à l'animal et prime d'extensification) pourrait ainsi provoquer de graves déséquilibres dans la comptabilité des exploitations.

Enfin, l'environnement commercial du Bœuf Fermier Aubrac label rouge est lui aussi source de fragilité. D'une part, il faut souligner la concurrence faite par des Aubrac conventionnels, vendus sous des marques appartenant à des groupements ou des abatteurs, et souvent positionnées sur un créneau haut de gamme<sup>121</sup>. Sans être prégnante comme le cabécou générique pour le Rocamadour par exemple, cette concurrence pose malgré tout problème dans la mesure où elle contribue à une certaine perte de volumes pour l'association, certains animaux pourraient en effet tout à fait prétendre au label.

Le développement de la demande pour les produits élaborés questionne également les dirigeants de la filière. De même, le désintérêt des consommateurs pour certains types de morceaux (plats de côte, pot au feu, jarret) au profit des morceaux "nobles" (filet, faux-filets, rumsteck) pose ponctuellement problème. Il apparaît de ce fait nécessaire de mettre en place une politique commerciale plus offensive sur le BFA, notamment vers des transformations de type steak haché label, permettant ainsi la valorisation de parties supplémentaires. Pour atteindre ce genre de débouché, une production de 1 500 animaux (contre un peu plus de 1 000 aujourd'hui), semble indispensable.

Ainsi, l'obtention du label rouge a permis la création d'un débouché supplémentaire pour les vaches de réforme Aubrac, débouché dont la valorisation apparaît incontestable. Malgré tout, le développement de cette production est toutefois freiné par un certain nombre de handicaps, au premier rang desquels figure le prix élevé des Aubrac conventionnels, et par extension le niveau élevé des cours du maigre. Jusqu'à aujourd'hui, la filière a su trouver les réponses pour s'adapter aux fluctuations de son environnement<sup>122</sup>. Pour l'avenir, c'est encore cette capacité organisationnelle qui constituera le principal atout de l'association.

---

<sup>120</sup> Pour l'anecdote, la libération d'une estive sur l'Aubrac peut susciter jusqu'à 100 candidatures pour la reprise.

<sup>121</sup> On peut citer la marque "Race des Grands Espaces".

<sup>122</sup> Aujourd'hui, les abatteurs estiment que la grille BFA a atteint un pallier qui sera difficile à dépasser sans répercuter le surcoût aux distributeurs. La marge de manœuvre est donc étroite.

## **V. Les bénéfices potentiels des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine : éléments de réflexion**

Au-delà des nécessaires exemples de terrain, le travail réalisé a permis de mettre en évidence des apports imputables aux signes de qualité. Constatés de manière partielle dans les filières étudiées, ces apports sont présentés ici comme des pistes de réflexion, voire d'éventuels sujets pour des recherches futures, susceptibles de constituer des outils d'aide à l'action pour les professionnels comme pour les acteurs politiques.

Ces apports renvoient à quatre thématiques principales et vont être examinés successivement :

- la structuration de la production en filière,
- la valorisation du métier d'agriculteur,
- l'ancrage territorial du produit et de l'activité économique,
- la dynamique commerciale.

### **1. Les signes de qualité comme outil de structuration en filière**

L'écrasante majorité des interlocuteurs rencontrés est convaincue que dans un contexte international incertain (PAC, OMC), l'avenir de l'agriculture française se trouve nécessairement dans des démarches encadrées. La situation de l'éleveur isolé sur son exploitation sera de moins en moins confortable, seules des organisations structurées seront suffisamment fortes pour résister et anticiper les importantes évolutions à venir (baisse des aides, restructurations, accroissement de la concurrence, nouvelles réglementations...).

Sans en avoir le monopole, les démarches qualité induisent nécessairement cette structuration en filière de plus en plus recherchée. L'analyse des productions ovines et bovines a d'ailleurs montré que le signe de qualité constituait pour les groupements un outil de fidélisation des éleveurs.

L'engagement dans une démarche qualité implique pour le producteur concerné une remise en cause partielle de son horizon stratégique. Celui-ci est quasiment contraint "d'ouvrir son regard" au-delà de son exploitation, notamment vers l'aval. Amorcée par la "Révolution Silencieuse"<sup>123</sup>, l'intégration des exploitations dans des filières d'approvisionnement, de production et de distribution a été renforcée par le développement des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine. Ceux-ci ont en effet contribué à une prise de conscience par les producteurs de leur statut au sein de ces filières. De simples fournisseurs de matière première, ces derniers sont devenus des acteurs à part entière.

Observée dans les quatre produits étudiés, l'implication – et qui plus est la prise de responsabilité – dans les groupements qualité (associations, syndicats) amène presque inévitablement à s'interroger sur le devenir du produit, et à s'intéresser de ce fait aux problématiques de l'aval (gestion de la qualité, commerce, attentes des consommateurs...). Il résulte de cette ouverture une meilleure compréhension des tenants et des aboutissants de la filière dans son ensemble (transformateurs, distributeurs). Conscients que leur propre

---

<sup>123</sup> Selon l'expression empruntée à Michel Debatisse.



pérennité passe par celle du collectif, les producteurs sont ainsi à même de mieux appréhender leurs pratiques et de mieux les adapter aux exigences des maillons situés en aval (commercialisation, concurrence).

Au sein de ces démarches, l'ouverture est bien entendu réciproque. La participation des transformateurs et des distributeurs à la vie de la filière sous signe de qualité contribue de la même façon à une meilleure prise en compte des contraintes de la production (astreinte, saisonnalité...). Même s'il n'est pas l'apanage des démarches liées à un signe officiel, ce dialogue entre professionnels issus d'horizons différents est assurément un gage de pérennité pour les filières concernées. Prénants dans les quatre terrains d'étude, la régularité des approvisionnements sur l'année a ainsi pu être partiellement obtenue sur la base de ce dialogue, à travers l'instauration de règles spécifiques, notamment en ce qui concerne la rémunération des producteurs. Cette propension à "coller" aux exigences du marché est d'ailleurs un atout majeur des filières sous signe de qualité, ainsi que nous le verrons plus loin.

Dans le même ordre d'idées, l'engagement des producteurs dans ce type de démarches facilite grandement leur mise en conformité avec les nouvelles réglementations, notamment agro-environnementales<sup>124</sup>. Les contraintes inhérentes aux cahiers des charges AOC ou label rouge (traitements phytosanitaires, bien-être animal, aspects sanitaires...) semblent en effet aller dans le sens d'une agriculture davantage tournée vers la multifonctionnalité.

Au final, de par leur fonctionnement même, les SIQO sont des outils aptes d'une part à sécuriser la production agricole face aux aléas de l'environnement, et d'autre part à rompre avec le sentiment d'isolement éprouvé par de plus en plus de producteurs. Ces deux aspects devraient d'ailleurs jouer un rôle à part entière dans la construction d'un nouvel argumentaire destiné à inciter les producteurs à s'engager dans ces démarches.

## **2. Les signes de qualité et la valorisation du métier d'agriculteur**

Beaucoup de témoignages recueillis font état de la fierté de participer à la fabrication d'un produit teinté de valeurs positives (tradition, authenticité) et de répondre ainsi à une demande forte des consommateurs (beaucoup d'éleveurs ont d'ailleurs très mal vécu les crises sanitaires passées). Il serait d'ailleurs intéressant d'approfondir ces résultats à l'aide d'enquêtes par questionnaire auprès d'un plus grand nombre d'individus. Indissociable de la nécessaire plus-value, ce sentiment d'utilité sociale va pourtant au-delà des considérations économiques et questionne le sens que donnent les agriculteurs à leur métier. La motivation potentielle qui en découle est un facteur susceptible de renforcer la pérennité des filières.

Les signes de qualité sont également à même de renforcer la valeur et surtout la lisibilité du métier d'agriculteur auprès des consommateurs. En effet, les évolutions à l'œuvre dans les Grandes et Moyennes Surfaces ont tendance à gommer le rôle de l'activité agricole au profit des transformateurs et des distributeurs<sup>125</sup>. De ce point de vue, les SIQO constituent un vecteur de réhabilitation sur lequel les professionnels peuvent s'appuyer dans des opérations

---

<sup>124</sup> A cet égard, on constate que beaucoup de producteurs ont décidé d'adopter un signe de qualité uniquement dans le but de prétendre à un Contrat Territorial d'Exploitation (CTE). De ce fait, ceux-ci adhèrent au groupement mais ne produisent pas forcément.

<sup>125</sup> Selon une étude IPSOS menée par le Ministère de l'Agriculture en juillet 2006 en marge du Salon International de l'Agriculture, les consommateurs français auraient de plus en plus de mal à cerner le rôle des agriculteurs dans la fabrication des produits.

de promotion. La participation des agriculteurs à des animations en GMS constitue à cet égard un enjeu de premier plan<sup>126</sup>. Outre leur caractère formateur vis-à-vis des contraintes du marché, la confrontation directe avec les consommateurs s'avère une expérience extrêmement bénéfique, tant pour les producteurs (valorisation du métier, compréhension des enjeux de l'aval) que pour les distributeurs<sup>127</sup>.

### 3. L'ancrage territorial des productions sous signe de qualité

Les analyses de terrain ont permis de montrer la propension des signes de qualité à "fixer" l'activité sur un territoire et à empêcher ainsi toute délocalisation. L'ouverture progressive des frontières – notamment en direction des Pays de l'Est – est susceptible de fragiliser encore davantage bon nombre de secteurs agricoles à travers des phénomènes de concurrence par les coûts. Par la protection qu'ils impliquent, les signes de qualité jouent un rôle de rempart face à ces éventuelles délocalisations. Ils ont ainsi tendance à atténuer quelque peu les incertitudes inhérentes aux bouleversements économiques et institutionnelles.

Les produits AOC et label rouge ne sont toutefois pas déconnectés des évolutions à l'œuvre. Les études de terrain ont pu montrer que les acteurs étaient de plus en plus préoccupés par la concurrence internationale. Si la pérennité de la production n'est pas directement remise en cause, les préoccupations concernent en revanche le positionnement des produits ainsi que l'articulation entre le niveau de contraintes du cahier des charges et les coûts de production. L'enjeu étant de trouver des arguments aptes à justifier un prix plus élevé auprès des consommateurs.

Au-delà de la filière, la possible appropriation du produit par les autres acteurs du territoire constitue une autre spécificité des démarches qualité. Par leur ancrage territorial et par l'image qu'ils véhiculent, les SIQO constituent en effet des outils de promotion susceptibles de venir enrichir l'offre touristique d'un territoire. Observée dans les quatre terrains d'étude, l'articulation entre tourisme et agriculture est une préoccupation constante des acteurs, qui l'envisagent comme un outil de promotion supplémentaire. Plus largement, les produits sous signe de qualité sont revendiqués par un grand nombre d'intervenants selon des modalités et des objectifs différents :

- les élus locaux, soucieux du développement de leur territoire, notamment lorsqu'il s'agit d'espaces ruraux fragiles d'un point de vue économique ou démographique,
- les agents et organismes de développement (pays, parcs naturels régionaux...), pour qui les groupements qualité sont des interlocuteurs dans les démarches de valorisation,
- les organisations professionnelles agricoles, préoccupées par le renouvellement des agriculteurs et l'installation. Les signes de qualité sont ici envisagés comme des facteurs d'attractivité,
- la population locale, pouvant jouer le rôle "d'ambassadeur" des produits auprès des touristes. Les SIQO peuvent ainsi devenir des vecteurs identitaires participant la cohésion sociale d'un territoire.

---

<sup>126</sup> Sur les quatre terrains enquêtés, ces opérations semblent de plus en plus fréquentes. Des formations spécifiques sont même mises en place. Le manque de disponibilité – voire de motivation – demeure toutefois un facteur limitant.

<sup>127</sup> Les enquêtes réalisées en GMS montrent que d'une part, les ventes augmentent systématiquement de 15 à 30 % les jours d'animation, et que d'autre part, cette augmentation est pérenne durant les semaines qui suivent.

En définitive, même si elle n'a pu être abordée au cours de cette étude, l'inscription locale<sup>128</sup> des produits sous signe de qualité fait partie intégrante de leur impact économique et territorial. Difficiles à mesurer en termes quantitatifs, les retombées de cette inscription participent indirectement à la valorisation des produits.

#### **4. Signes de qualité et aspects commerciaux : des préoccupations convergentes**

Loin d'être conçus comme des reliques figées dans le passé, les produits sous signe de qualité ont au contraire vocation à être pleinement en phase avec leur époque et à "coller" aux réalités du marché le mieux possible, en intégrant dans leur stratégie la concurrence, les exigences de la distribution et les attentes des consommateurs.

Si les produits traditionnels ne bénéficiant pas d'une distinction officielle<sup>129</sup> sont le plus souvent cantonnés à une vente locale (au mieux régionale), l'obtention d'un signe de qualité permet au contraire, du fait de sa notoriété, d'obtenir une diffusion nationale du produit, tout en constituant un facteur de différenciation supplémentaire à l'échelle locale (marchés, foires, notamment auprès des touristes durant l'été). Précisons toutefois que les contraintes inhérentes au cahier des charges ne rendent pas forcément pertinent l'adhésion à une démarche qualité dans une perspective uniquement locale.

L'accès au signe de qualité permet à la filière de "changer de catégorie", dans la mesure où il constitue un point de passage obligé pour un référencement en GMS. Constaté dans les quatre produits étudiés, l'accroissement des volumes dans les années qui suivent l'obtention du signe semble une constante, preuve qu'il existe une demande spécifique. En termes commerciaux, l'entrée d'un produit en GMS s'avère souvent salvateur pour le développement des filières. De nombreux interlocuteurs n'imaginent pas en effet l'avenir de leur produit hors de ce circuit de distribution.

Enfin, nous avons vu qu'au-delà des volumes, le fait de bénéficier d'un signe de qualité constitue un argument non négligeable dans les négociations commerciales. Les critères de discussion habituels (coûts, volumes, marges) semblent être moins prégnants, ceci au profit de préoccupations liées à la qualité et au suivi des produits. En outre, pour un metteur en marché, l'engagement dans une démarche qualité permet d'obtenir des contrats avec des partenaires spécifiques<sup>130</sup> (contrats qui n'auraient pu être signés sans la présence du signe de qualité). Le produit peut alors devenir un ingrédient à forte valeur ajoutée pour des fabrications très ciblées destinées à des niches. Bien que non quantifiables, ces aspects sont fondamentaux et constituent des bénéfices à part entière.

En conclusion, les quatre thématiques qui viennent d'être évoquées renvoient à des apports potentiels inhérents à la présence d'un signe de qualité. Ces apports mériteraient d'être approfondis à travers des recherches de plus grande ampleur spécifiquement dédiées à ces thématiques.

---

<sup>128</sup> On peut observer cette inscription notamment à travers les manifestations qui sont dédiées au produit (foires, marchés, fêtes traditionnelles, visites de fermes, d'entreprises...).

<sup>129</sup> Produits fermiers, spécialités locales...

<sup>130</sup> On pense notamment aux conserves "Comtesse du Barry" à base de Bœuf Fermier Aubrac label rouge.

## **Conclusion**

### **Les défis de la transmission d'un patrimoine**

---

A travers des indicateurs quantitatifs comme qualitatifs, cette étude a été l'occasion de mettre en évidence un certain nombre de bénéfices inhérents à la présence d'un signe de qualité pour un bassin de production. Les résultats mis en évidence démontrent la capacité des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine à répondre à différents types de contextes productifs, c'est-à-dire différents types de "besoins" souvent entremêlés (segmentation par le haut, sauvegarde, valorisation, protection face aux imitations, organisation en filière...).

Envisagés comme des arguments du bien-fondé de ces démarches, ces résultats s'adressent bien entendu aux producteurs de base, dans une perspective de pérennité des filières, mais aussi aux élus, en vue de la mise en place de politiques d'appui au développement. En dernier ressort, ils renvoient à ce qui semble être aujourd'hui le fondement de la légitimité des indications géographiques à l'échelle internationale : leur contribution au développement territorial.

Au-delà de l'approfondissement de ces recherches, il apparaît nécessaire de mettre en place un certain nombre d'outils permettant un suivi dans le temps de la réussite de ces démarches. Certains indicateurs développés ici (installations, rémunération des producteurs, prix de vente des produits...) pourraient ainsi servir de base à la création d'un "tableau de bord" dont les acteurs de terrain se saisiraient comme d'un outil d'aide à la décision.

Fondée sur la prise en compte de contextes géographiques différents, l'approche développée dans cette recherche a permis de mettre en évidence des impacts de nature eux aussi différents, nécessitant de ce fait l'utilisation d'indicateurs spécifiques. Si la contribution d'un signe de qualité au processus d'installation s'est avérée pertinente en Agneau Fermier du Quercy et en Rocamadour, elle ne convient pas pour le Haricot Tarbais ou le Bœuf Fermier Aubrac, où la labellisation concerne un produit de diversification.

En outre, il est très souvent apparu que l'impact du signe de qualité ne s'arrête pas aux acteurs engagés, mais profite à l'activité conventionnelle dans son ensemble. Particulièrement visible dans les exemples de l'Agneau Fermier du Quercy et du Rocamadour, ce phénomène d'entraînement semble être une constante des SIQO, aussi bien en termes de développement des volumes que de valorisation de la matière première et du produit fini. Pour une région donnée, l'analyse d'une démarche qualité demeure donc indissociable de celle de la production agricole globale.

Cette manière d'aborder le problème a quoi qu'il en soit confirmé une idée importante : dans l'instruction des dossiers auprès de l'INAO, il est nécessaire de prendre en compte de manière fine le contexte économique de la filière et d'analyser précisément à quel(s) problème(s) le signe de qualité tente de répondre, et de voir ainsi s'il s'agit de la meilleure solution. Cette idée est également valable lorsque les filières souhaitent accéder à un enregistrement à l'échelle européenne (AOP, IGP). En effet, on a pu constater que certains

signes avaient été obtenus sans que les acteurs aient réellement conscience des conséquences pour la filière<sup>131</sup>, ce qui peut occasionner quelques difficultés par la suite.

Sur un autre registre, l'une des forces des quatre filières étudiées réside dans l'implication des acteurs au départ de la démarche. Le fait de devoir construire une organisation – parfois en luttant contre des avis contraires – tend à souder un collectif autour d'un projet commun. Le rôle des "leaders" est ici décisif, à travers leur capacité à susciter l'adhésion – voire l'admiration – des autres professionnels.

Tout l'enjeu réside aujourd'hui dans la transmission de cette dynamique collective aux générations suivantes, absentes à l'origine et pour qui le bien-fondé de ces démarches pose davantage question vis-à-vis du contexte actuel et d'aspirations davantage tournées vers la société globale (recherche de temps libre...). La pérennité des filières sous signe de qualité dépend donc également de leur capacité à être en adéquation avec ces attentes.

D'une manière générale, les professionnels des filières engagés dans des démarches qualité semblent être à la recherche d'un "second souffle" face aux nombreuses contraintes que nous avons soulevées (bassins de production, commercialisation...). Le rythme élevé de croissance constaté durant les premières années de labellisation est aujourd'hui remplacé par un développement beaucoup plus modeste, voire par une stagnation ou même une régression.

Si le renforcement des conditions de production semble parfois nécessaire pour repositionner le produit, de nouveaux supports de communication sont à imaginer. La thématique du lien entre ville et campagne pourrait ainsi servir de base à un argumentaire d'un nouveau genre. Sur le modèle du commerce équitable, le maintien de l'activité sur un territoire pourrait venir justifier un acte d'achat "citoyen". Reste à savoir si les consommateurs sont aujourd'hui suffisamment réceptifs à la thématique du lien entre qualité et développement territorial.

---

<sup>131</sup> On pense ici notamment aux IGP, qui doivent nécessairement être fondées sur une entité territoriale.

## Références bibliographiques

- **Corbel Eric**, (2006), *Evaluation des impacts économiques et sociaux des systèmes de production sous signe d'origine – Réflexion méthodologique & étude de cas : AOC Huile d'olives et Olives Noires de Nyons, AOC Vinsobres dans le contexte des AOC Côtes du Rhône*, Mémoire d'Etude ENGREF réalisé à l'Institut National des Appellations d'Origine, 73 p.
  
- **Couzinet Laetitia**, (2005), *Les filières agroalimentaires sous signes officiels de qualité et leurs territoires : étude de la filière avicole Label Rouge du Gers et de son territoire départemental*, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, mention Géographie, Université de Toulouse le Mirail, 2 tomes (332 et 106 p.).
  
- **Frayssignes Julien**, (2005), *Les AOC dans le développement territorial – une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères*, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, mention Géographie, INP – ENSAT, 469 p. (2 volumes).
  
- **Frayssignes Julien**, (2006), *Le rôle des AOC dans le développement territorial*, revue Paysans, n°297, mai-juin 2006, pp. 22-30.
  
- **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche**, (2006), *La perception du Salon International de l'Agriculture – étude auprès du grand public francilien*, Ipsos Public Affairs, 54 p.
  
- **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche**, (2006), *Images, usages et attitudes des consommateurs vis-à-vis des produits sous signes officiels de qualité et d'origine*, Ipsos Public Affairs, 68 p.