

LES DÉMARCHES DE QUALITÉ DANS LES FILIÈRES ALIMENTAIRES EN OCÉAN INDIEN

Quelles réponses face aux enjeux des filières
agroalimentaires de l'Océan Indien ?



Par Caroline GLOANEC, Vincent PORPHYRE
Financement : Conseil Régional de la Réunion, Union
Européenne, Etat Français

Résumé



La mise en place d'une démarche qualité, couvrant la qualité sanitaire, organoleptique, technique et organisationnelle, environnementale et/ou sociétale, est un élément déterminant de l'amélioration de la compétitivité des filières agroalimentaires, du développement des échanges commerciaux et de la sécurité alimentaire. Le concept de sécurité alimentaire fait référence à la disponibilité ainsi qu'à l'accès à la nourriture en quantité et en qualité suffisantes. Selon les définitions de la banque mondiale et de la FAO, la sécurité alimentaire comporte quatre dimensions : disponibilité (production intérieure, capacité d'importation, de stockage et aide alimentaire), accès (qui dépend du pouvoir d'achat et de l'infrastructure disponible), stabilité (des infrastructures mais aussi stabilité climatique et politique) et salubrité/qualité (hygiène, principalement accès à l'eau). Ces démarches sont une réponse des opérateurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire face aux nombreuses exigences commerciales, réglementaires, sanitaires, économiques et sociétales. Les îles de l'Océan Indien avec les Comores, Madagascar, Maurice, La Réunion et les Seychelles, sont confrontées à ces problématiques. Ce rapport donne les éléments de réflexion sur la construction d'une politique de qualité régionale afin d'appuyer les opérateurs agroalimentaires de la zone face à ces défis.

Dans l'objectif d'améliorer la sécurité alimentaire, de dynamiser les échanges loco-régionaux et de soutenir la compétitivité des filières, le réseau QualiREG fédère l'offre publique et privée existante dans les îles de l'Océan Indien dans le domaine de l'amélioration et la valorisation de la qualité des produits agroalimentaires. C'est dans le cadre de ce réseau qu'un premier état des lieux sur les démarches de qualité dans le Sud-ouest de l'Océan Indien a été mené avec l'aide de nombreux contributeurs. La qualité est définie ici selon la norme ISO 9001:2005 comme l'aptitude d'un ensemble de caractéristiques intrinsèques à satisfaire des exigences. Notre état des lieux aborde ce concept général et le décline dans ses diverses composantes : (i) qualité liée au mode de production et de transformation, (ii) qualité liée au produit (sanitaire, organoleptique, spécifique, origine, savoir-faire, nutritionnelle) ; (iii) qualité liée à l'organisation de l'activité et (iv) qualité liée à la dimension éthique et sociétale.

Ces différentes dimensions de la qualité renvoient à des exigences bien spécifiques à savoir commerciales, réglementaires, économiques, sociétales et de santé publique. Pour y répondre à toutes ou une partie de ces exigences, les démarches qualité se situent à tous niveaux : gouvernemental (réglementations, standards et dispositifs de contrôle), au niveau privé (normes et référentiels privés) et au niveau d'organisations professionnelles.

Notre rapport aborde l'ensemble de ces démarches et parmi toutes les classifications existantes, a choisi de les regrouper selon les thématiques suivantes.

(1) Les démarches de conformité des modes de production et de transformation aux bonnes pratiques qui regroupent les démarches volontaires et gouvernementales (bonnes pratiques agricoles¹, bonnes pratiques de transformation² et méthode HACCP³), les démarches privés (GlobalGAP⁴, IFS⁵ et BRC⁶) et d'initiatives professionnelles (agriculture raisonnée, ESIA⁷, HVE⁸, Agri confiance[®], PI⁹ et PFI¹⁰).

-
- 1 Good Agricultural Practices (GAP)
 - 2 Good manufacturing Practices (GMP)
 - 3 Hazard Analysis of Critical Control Point (HACCP)
 - 4 Référentiel de bonnes pratiques agricoles (GlobalGAP)
 - 5 International Food Standard (IFS)
 - 6 British Retail Consortium (BRC)

(2) Les démarches de conformité des produits à des référentiels ou protection qui permettent de valoriser les qualités d'origine, organoleptiques, supérieures ou spécifiques des produits. Elles regroupent des réglementations gouvernementales (IG¹¹ dont les AOP¹²- AOC¹³ et IGP¹⁴, le label rouge, la démarche CCP¹⁵, les mentions valorisantes PPR¹⁶, « montagne », « produit fermier » et AB) et des démarches privés (Nature et Progrès, Demeter, Naturland, Biocoherence).

(3) Les démarches d'efficacité qui regroupent des systèmes volontaires certifiant l'efficacité des systèmes de management de la qualité avec les normes ISO¹⁷ (ISO 9001¹⁸, ISO 22000¹⁹, ISO 14001²⁰).

(4) Les démarches de responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise, de développement durable et de commerce équitable qui offrent un panel d'outils polymorphes avec des référentiels privés (Max Havelaar, ESR²¹, Bio équitable, Rainforest Alliance, labels Pêches) et des démarches d'efficacité des systèmes de management (OHSAS 18000²², SA 8000²³ et ISO 26000²⁴).

Pour chacune de ces démarches, l'état des lieux propose :

- de mieux connaître les différentes démarches qualité qui existent dans le monde et dans l'Océan Indien. En s'inspirant des modes d'organisation, des référentiels, des réglementations et des dispositifs de contrôle et certification qui sont associés, une discussion est proposée en matière de politique qualité des produits agroalimentaires dans la région (développer la sécurité alimentaire, appui à la compétitivité, valorisation/promotion des produits et des filières, création d'un label Océan Indien...)

- d'évaluer dans chaque pays de l'Océan Indien l'implantation de chaque démarche et son potentiel de développement pour les entreprises et les filières agroalimentaires;

- de cataloguer les produits et acteurs engagés dans cette démarche, d'analyser les facteurs de succès et les contraintes qu'ils rencontrent et d'identifier les opportunités créées par ces démarches qualité pour d'éventuels échanges intra-régionaux et une meilleure valorisation commerciale à l'international;

- et enfin d'identifier les leviers d'action pour développer et consolider les filières et les entreprises de l'Océan Indien dans leurs démarches qualité.

7 European Initiative for Sustainable Development in Agriculture (ESIA)

8 Haute Valeur Environnementale (HVE)

9 Production intégrée (PI)

10 Production Intégrée et Production Fruitière Intégrée (PFI)

11 Indications Géographiques (IG)

12 Appellation d'Origine Protégée (AOP)

13 Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)

14 Indication Géographique Protégée (IGP)

15 Certifié Conformité Produit (CCP)

16 Produit Pays Réunion (PPR)

17 International Standard Organization (ISO)

18 Management de la qualité : pour l'organisation et le management de l'entreprise orientés vers la satisfaction du client (ISO 9001)

19 Management de la sécurité alimentaire (ISO 22000)

20 Management environnementale (ISO 14001)

21 Equitable solidaire responsable (ESR)

22 Santé et sécurité au travail (OHSAS 18000)

23 Justice sociale et conditions de travail (SA 8000)

24 RSE- Responsabilité sociétale des entreprises (ISO 26000)

Ce travail a fait l'objet d'une synthèse :
Gloanec C. et Porphyre V. 2012. Les démarches de qualité dans les filières alimentaires en Océan Indien : Quelles réponses face aux enjeux des filières agroalimentaires de l'Océan Indien. Rapport de synthèse. Réseau QualiREG. St Pierre de La Réunion (France). 38p.



Avant-propos

De nombreux acteurs du secteur agroalimentaire, entreprises, filières ou coopératives présentes sur les îles de l'Océan Indien, se sont engagés dans des démarches qualité (labels, signes officiels de qualité, normes ISO, etc.) pour promouvoir leurs produits et mieux se positionner sur leurs marchés. Ce rapport procède à une anatomie de ces démarches et des dispositifs qui les encadrent. En six parties, il apporte un maximum d'informations pratiques sur la plupart des démarches existantes et propose un bilan sur les opportunités, les facteurs de succès ou encore les contraintes présentes dans l'Océan Indien.

Ce dossier est destiné à valoriser les trajectoires des entreprises pionnières aux yeux des acteurs qui souhaiteraient s'y engager ou les soutenir, et s'adresse notamment aux professionnels ainsi qu'aux décideurs de l'Océan Indien. Nous espérons que ces nombreuses informations seront autant de renseignements utiles pour alimenter les réflexions stratégiques et identifier les démarches les mieux adaptées aux situations particulières ainsi qu'aux évolutions politiques en cours, pour la plupart, favorables aux projets économiques basés sur les démarches qualité.

Le rapport est associé à une synthèse qui indique les éléments majeurs relatifs aux démarches qualité [2]. Pour plus de détails, nous vous recommandons de consulter cette synthèse disponible sur demande ou sur notre site internet : www.qualireg.org.

L'auteur souhaite remercier Vincent Porphyre pour sa confiance et pour avoir rendu possible cet ouvrage. Qu'il soit aussi remercier pour sa contribution à la conception, la rédaction et pour ses innombrables relectures. Merci à Jean Paul Danflous pour sa contribution et en particulier son aide précieuse pour la rédaction de la partie sur le commerce équitable. Merci aussi à Céline Peres pour ses relectures et son aide à la finalisation de cet ouvrage.

Nous remercions chaleureusement l'ensemble des personnes suivantes pour leurs contributions à ce document avec par ordre alphabétique : Frédéric Descroix, Fabrice Doublet, Benoît Dubourg, Patrick Fournier, Mireille Jolet, Sébastien Le Goff, Kenny Le Roux, Philippe Lucas, Saïd Omar, Clarisse MAHARAVO Rahantamalala, Hervé Francis RAKOTONDRAVONY, Sandra RANDRIANARISOA, Carole Ramalingum, Saada Rassoul, Neeliah Shalini Amnee, Yannick Soupapouille, Kent Techer, Thierry Thomas, Patrick Turpin, l'entreprise Unima, Delphine Marie Vivien, et Mathieu Weil et l'ONG Reggio Terzo Mondo.

Sommaire

RESUME	4
AVANT-PROPOS	7
SOMMAIRE	8
GLOSSAIRE	10
INTRODUCTION	11
PARTIE 1 : ENJEUX ET CADRE D'ANALYSE DES DEMARCHES QUALITE	10
CHAPITRE 1 : LES ENJEUX DES DEMARCHES QUALITE DANS LES PRINCIPALES FILIERES DE L'OCEAN INDIEN	12
CHAPITRE 2 : IDENTIFICATION DES DEMARCHES QUALITE DANS L'OCEAN INDIEN ET CADRE D'ANALYSE	16
PARTIE 2 : CONFORMITE DES MODES DE PRODUCTION ET DE TRANSFORMATION AUX BONNES PRATIQUES	20
CHAPITRE 1 : LES GUIDES DE BONNES PRATIQUES	21
CHAPITRE 2 : HACCP	24
CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE GLOBALGAP	26
CHAPITRE 4 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE BRC ET IFS	31
CHAPITRE 5 : AGRICULTURE RAISONNEE	35
CHAPITRE 6 : CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE DES EXPLOITATIONS AGRICOLES	42
CHAPITRE 7 : AGRI CONFIANCE®	46
CHAPITRE 8 : PI - PRODUCTION INTEGREE ET PFI – PRODUCTION FRUITIERE INTEGREE	50
PARTIE 3 : CONFORMITE DES PRODUITS A DES REFERENTIELS OU PROTECTIONS	53
CHAPITRE 1 : DEFINITIONS ET CADRES JURIDIQUES SUR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES	55
CHAPITRE 2 : SYSTEME COLLECTIF DE GESTION DES SIGNES D'ORIGINE EUROPEENS ET FRANÇAIS : L'ORGANISME DE DEFENSE ET DE GESTION (ODG)	77
CHAPITRE 3 : L'IGP INDICATION GEOGRAPHIQUE PROTEGEE	79
CHAPITRE 4 : LES APPELLATIONS D'ORIGINE : AOP - APPELLATION D'ORIGINE PROTEGEE ET AOC - APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE	90
CHAPITRE 5 : LABEL DE QUALITE SUPERIEURE : LE LABEL ROUGE	101
CHAPITRE 6 : DEMARCHE DE QUALITE SPECIFIQUE	118
CHAPITRE 7 : MENTION VALORISANTE « PRODUIT PAYS REUNION » (PPR)	132
CHAPITRE 8 : MENTION VALORISANTE « MONTAGNE »	141
CHAPITRE 9 : MENTION VALORISANTE « FERMIER »	144
CHAPITRE 10 : AGRICULTURE BIOLOGIQUE	145
PARTIE 4 : DEMARCHES D'EFFICACITE	188
CHAPITRE 1 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE ISO 9001	191
CHAPITRE 2 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE ISO 22000	196
CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE ISO 14001	202
PARTIE 5 : LES DEMARCHES DE COMMERCE EQUITABLE, DE RESPONSABILITE SOCIALE ET SOCIETALE DE L'ENTREPRISE ET DE DEVELOPPEMENT DURABLE	205
CHAPITRE 1: LE COMMERCE EQUITABLE	207
CHAPITRE 2 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE ESR « EQUITABLES, SOLIDAIRES ET RESPONSABLES »	210
CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE D'EVALUATION FTA 2000 (FAIR TRADE AUDIT) D'ALTER ECO	220
CHAPITRE 4 : FAIRTRAIDE / MAX HAVELAAR	224
CHAPITRE 5 : DESCRIPTION DE LA MARQUE COLLECTIVE CES - MADAGASCAR	230

CHAPITRE 6 : DESCRIPTION DES DEMARCHES DE RESPONSABILITE SOCIALE ET SOCIETALE DES ENTREPRISES	232
PARTIE 6 : LES DEMARCHES QUALITE DANS LA POLITIQUE QUALITE DE L'OCEAN INDIEN	235
CONCLUSION	245
LEXIQUE	246
LES ADRESSES UTILES	248
LE RESEAU QUALIREG : POUR LA QUALITE DES ALIMENTS ET LA VALORISATION DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES DE L'OCEAN INDIEN	249
TABLE DES ILLUSTRATIONS	250
BIBLIOGRAPHIE	251



Glossaire

AB	Agriculture Biologique
ADPIC	Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
AOC	Appellation d'origine contrôlée
AOP	Appellation d'origine protégée
APEXHOM	Association professionnelle des producteurs/exportateurs horticoles de Maurice
BPA	Bonnes Pratiques Agricoles (Good Agricultural Practices, GAP)
BPF	Bonnes Pratiques de Fabrication (Good manufacturing Practices, GMP)
BPH	Bonnes Pratiques d'Hygiène
BRC	British Retail Consortium
CCP	Certifié Conformité Produit
CIRAD	Centre international de recherche agronomique pour le développement
COI	Commission de l'Océan Indien
CRITTR	Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie de La Réunion
CTHT	Centre technique horticole de Tamatave
DIECCTE	Direction des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi en France
ESIA	European Initiative for Sustainable Development in Agriculture
ESR	Equitable Solidaire Responsable
FAO	Food and Agriculture Organization
FIDA	Fond international de développement agricole
HACCP	Hazard analysis and critical control points
HVE	Haute Valeur Environnementale
IFS	International Food Standard
IG	Indication Géographique
IGP	Indication Géographique Protégée
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
I.R.Q.U.A	Institut Réunionnais de la Qualité Agroalimentaire
ISO	International Standard Organization
ITC	International Trade Center
JORF	Journal Officiel de la République Française
OCTROI	Organisme Certificateur Tropic Réunion Océan Indien
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OHSAS 18000	Occupational Health and Safety management
PPRR	Programme de Promotion des Revenus Ruraux du FIDA
PPR	Produit Pays Réunion
QualiREG	Le réseau scientifique pour la qualité des produits agroalimentaires dans l'Océan Indien
RSE	Responsabilité sociétale des entreprises
SA 8000	Social Accountability - Référentiel privé de Justice sociale et conditions de travail
SWOT	Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces)
TIAC	Toxi Infection Alimentaire Collective
UE	Union Européenne
UI	Unité internationale
UPDR	Unité de Promotion et de développement rural

Introduction

La qualité est un thème fort, reconnu par l'ensemble des responsables politiques de la Commission de l'Océan Indien (COI) [3, 4], pour dynamiser les échanges au sein de la COI, tout en protégeant la sécurité des consommateurs et en participant au développement concerté des filières à La Réunion et dans les autres pays de la région Sud-ouest de l'Océan Indien (OI)[5, 6].

Le réseau QualiREG fédère l'offre publique et privée existante à La Réunion, à Madagascar, à Maurice, aux Seychelles et aux Comores dans le domaine de l'amélioration et la valorisation de la qualité des produits agroalimentaires. L'objectif général du réseau vise à promouvoir les efforts des acteurs et des opérateurs des filières agroalimentaires de qualité au travers de l'intensification des échanges loco-régionaux de produits agroalimentaires et de l'émergence de filières durables et responsables dans l'Océan Indien.

La conclusion des interventions du 1er atelier régional sur la qualité en agroalimentaire dans l'Océan Indien organisé par le CIRAD à La Réunion en novembre 2007, événement fondateur du réseau QualiREG, avance plusieurs propositions pour aller dans ce sens. Dans l'objectif de créer un observatoire de la qualité des produits agro-alimentaires, un diagnostic partagé de la situation dans l'Océan Indien est avancé. Cet état des lieux doit mettre en lumière les différentes stratégies de qualité choisies par les opérateurs dans l'Océan Indien. En identifiant les forces et faiblesses de ces choix, le rapport vise à identifier et analyser les outils existants pour répondre aux enjeux de la zone.

La qualité est prise dans un sens large pour présenter toutes les démarches qui ont ou peuvent avoir un rôle dans le développement de la zone Sud-ouest de l'Océan Indien. Après une identification et une description des démarches présentes dans l'Océan Indien, l'état des lieux décrit les différentes expériences des opérateurs dans la zone au travers de ces démarches : pourquoi s'être engagé dans la démarche, quelles difficultés ont-ils rencontré, ou encore quels impacts ont-ils observé ?

Des entretiens ont été conduits aux Comores, à Madagascar, à Maurice, à La Réunion et aux Seychelles avec les services étatiques, les opérateurs, les consommateurs et les organismes de recherche et d'appui au développement. Les partenaires du réseau QualiREG ont participé à la collecte d'information et à la rédaction. L'objectif est de mettre en lumière, ensemble et à partir d'études de cas, les enjeux et les questions liés à l'appui des opérateurs de la zone autour de démarches qualité. Ce travail vise à proposer un outil d'aide à la décision concernant les voies possibles pour une intensification des échanges loco régionaux. Dans ce cadre, nous présentons quelques réflexions sur l'intérêt que pourrait représenter un label Océan Indien.

Démarches de qualité : de quoi parle-t-on ? Est entendu dans ce rapport par « qualité des produits agroalimentaires » : la qualité sanitaire, organoleptique, sensorielle, nutritionnelle ou liée aux caractéristiques techniques du produit (calibre, granulométrie, couleur, etc.). Au-delà du produit, une démarche qualité vise à améliorer la capacité d'une organisation à répondre aux besoins et attentes de ces clients. Cette démarche s'appliquera alors à l'ensemble de la chaîne de valeur du produit (production, transformation, distribution, vente) dans un contexte d'attentes sociales croissantes, telles que la préservation de l'environnement, l'équité sociale, la valorisation d'un patrimoine, mais peuvent aussi correspondre à un certain attachement à des pratiques traditionnelles ou à un territoire. Ce large champ correspond à la définition normative de la qualité (ISO 9000) : « l'aptitude d'un ensemble de caractéristiques intrinsèques d'un produit, d'un processus ou d'un système à satisfaire des exigences ».

PARTIE 1 : ENJEUX ET CADRE D'ANALYSE DES DEMARCHES QUALITÉ

CHAPITRE 1 : LES ENJEUX DES DÉMARCHES QUALITÉ DANS LES PRINCIPALES FILIÈRES DE L'Océan Indien

Les enjeux de qualité sont présentés ici autour de plusieurs questions clés à prendre en compte pour l'appui des démarches qualité au niveau régional : sécurité alimentaire, santé publique, attentes des consommateurs, réglementations, exigences des clients, compétitivité des entreprises.

Les enjeux de sécurité alimentaire

En 2009, la production alimentaire régionale permet un niveau d'autosuffisance alimentaire moyen pour la région de 88%. Ce taux recouvre des réalités bien différentes avec un niveau de 96% pour Madagascar, 71% pour les Comores, 28% pour les Seychelles, 25% pour Maurice et 25% pour La Réunion. Les taux de Maurice, La Réunion et les Seychelles montrent la dépendance de ces îles aux importations et leur vulnérabilité face aux potentielles pénuries alimentaires mondiales.

Les exportations régionales représentent 10% du volume des importations régionales en 2009. Madagascar est le principal exportateur en volume avec près de 50% des volumes exportés. Les importations intra-régionales représentent une très petite proportion atteignant 66 000 tonnes. Dans ces échanges, les produits frais comme les fruits et légumes occupent une part très faible : seulement 3% des importations intra-régionales. Deux facteurs semblent expliquer cette tendance. D'un côté, les deux produits « leaders » de la zone (ananas et litchi) sont essentiellement destinés pour le marché européen et sont disponibles dans la plupart des pays de la région. D'un autre côté, il existe une méfiance vis-à-vis de la qualité de produits frais de la zone souvent considérés non-conformes aux normes sanitaires et standards nationaux. Ainsi, la quasi-totalité (97%) des échanges sont des produits transformés.

Les enjeux de sécurité alimentaire de la zone se situent donc à trois niveaux : (i) la satisfaction du marché intérieur en termes de qualité et de quantité, (ii) le renforcement des exportations qui soutiennent l'activité des filières alimentaires de la zone et (iii) l'intensification des échanges non concurrentiels entre les pays de la zone.

Les enjeux de santé publique

Répondre aux enjeux de santé publique est une priorité pour le secteur alimentaire. Le risque microbiologique, lié à l'hygiène de la matière première, des préparations, du transport, du conditionnement et de la mise sur marché, constitue le risque alimentaire majeur.

La réglementation protège le consommateur en exigeant que soit mis sur le marché des produits sûrs. Les bonnes pratiques agricoles, les bonnes pratiques de transformation et la méthode HACCP sont les outils permettant de prévenir ces risques sanitaires. En parallèle, des démarches qualité souvent privées ont été mises en place pour renforcer la confiance des opérateurs économiques.

Quelles sont les attentes des consommateurs ?

Les attentes des consommateurs sont considérées différemment selon que les produits soient destinés au marché local ou qu'ils visent les marchés à l'export. Les modes de consommation y sont différents. Sur les marchés des régions où le PIB par habitant est élevé (Réunion, Europe, Etats-Unis, Japon, ...), les consommateurs informés sont exigeants sur la qualité, en particulier sanitaire, car les crises successives ont rendu le consommateur méfiant (vache folle, grippe aviaire, E. Coli). Dans le même temps, ils sont de plus en plus sensibles à la protection de l'environnement et réclament des informations pour mieux identifier les produits, en termes d'origine, de tradition culinaire, de garantie organoleptique ou en termes d'éthique. Pour satisfaire ce besoin d'information au-delà des marques et labels privés, les autorités ont mis en place un certain nombre de démarches de protection des dénominations et /ou d'étiquetage des produits.

Pour les pays ayant un plus faible PIB par habitant, la prise de conscience des risques sanitaires s'opère via la médiatisation des cas d'intoxication alimentaire locale ou des crises sanitaires internationales. Mais les systèmes d'information nationaux ne permettent pas toujours de remonter aux cas primaires des toxi-infections alimentaire collectives (TIAC) dans les populations et les alertes aux consommateurs, quand elles sont lancées, ne sont pas toujours efficaces. Le consommateur est donc peu ou mal informé des risques sanitaires. Le faible pouvoir d'achat d'une grande partie de la population relègue en général la qualité au rang de préoccupation secondaire. Toutefois, même si la perception de la qualité diffère des normes utilisées dans le commerce mondial, la qualité fait partie des critères d'achat. Certaines qualités spécifiques des produits sont reconnues et sont à prendre en compte. Certaines études montrent en effet l'intérêt de ne pas aborder la problématique de sécurité alimentaire²⁵ seulement sous l'angle quantitatif mais aussi qualitatif. Par exemple, l'étude « des consommateurs malgaches sensibles à la qualité du riz » [7] rapporte que le prix le plus bas possible est effectivement un facteur d'achat essentiel à Madagascar [8-12]. Pourtant, les consommateurs sont aussi sensibles à une vingtaine d'autres critères ou indicateurs de qualité liés à des propriétés et caractéristiques du produit, qu'ils utilisent pour distinguer les riz les uns des autres [13].

Il est important de noter que la demande d'une partie des consommateurs pour des denrées alimentaires de qualité constitue une tendance structurelle, liée au mode de vie citadin (développement du libre-service, de la restauration collective, etc.) et à l'élévation du niveau de vie et d'éducation (information sur les risques sanitaires).

Un nouveau contexte réglementaire européen

La politique en matière de réglementation de la Communauté Européenne a beaucoup évolué dans les années 90. Abandonnant un cadre réglementaire strict, définissant clairement les produits sur le marché, les autorités de Bruxelles ont progressivement revu les réglementations concernant la

25 Le concept de sécurité alimentaire fait référence à la disponibilité ainsi qu'à l'accès à la nourriture en quantité et en qualité suffisantes. Selon les définitions de la banque mondiale et de la FAO, la sécurité alimentaire comporte quatre dimensions : disponibilité (production intérieure, capacité d'importation, de stockage et aide alimentaire), accès (qui dépend du pouvoir d'achat et de l'infrastructure disponible), stabilité (des infrastructures mais aussi stabilité climatique et politique) et salubrité/qualité (hygiène, principalement accès à l'eau).

protection et l'information du consommateur, la loyauté des transactions ainsi que la protection de l'environnement. Ceci a eu pour conséquence de modifier le système de contrôle : auparavant l'opérateur devait respecter les réglementations, mais la preuve de la faute incombait aux contrôleurs ; aujourd'hui, le professionnel doit être capable de démontrer qu'il a tout mis en œuvre pour fournir des produits conformes aux exigences réglementaires.

La publication des règlements de la nouvelle législation alimentaire européenne a conforté cette position, tout en introduisant de nouvelles exigences, notamment pour la production primaire. Dorénavant, en application de ces nouveaux textes : (i) la réglementation se fonde sur une analyse des risques basée sur des preuves scientifiques disponibles, sinon il y a application du principe de précaution ; (ii) la sécurité alimentaire est assurée à toutes les étapes de la chaîne alimentaire y compris la production primaire ; (iii) la responsabilité de tous les exploitants du secteur alimentaire est engagée (de la fourche à la fourchette) ; (iv) la traçabilité des produits est établie à toute les étapes de la chaîne alimentaire ; (v) les clients et les autorités doivent être informés en cas de suspicion de danger.

Des clients plus exigeants

Les diverses crises alimentaires récentes et les nouvelles obligations réglementaires ont conduit les clients, notamment les distributeurs et importateurs, à s'assurer du respect des exigences réglementaires, en développant leurs propres référentiels qualité. Les acheteurs intermédiaires comme les acheteurs de la restauration hors domicile²⁶ recherchent également des garanties sur la qualité sanitaire et organoleptique du produit. Les démarches qualité sont donc des moyens de se différencier sur ces marchés interprofessionnels.

Un besoin de fonctionnement efficace et compétitivité par la qualité pour les opérateurs

Dans un contexte de libéralisation où la compétitivité des prix est de plus en plus aiguë et où les produits importés sont parfois perçus de meilleure qualité, l'amélioration de la qualité des produits locaux constitue un levier de compétitivité. À défaut, les consommateurs risquent de se tourner davantage vers les produits importés. L'appui aux démarches de qualité répond aussi à des préoccupations de protection commerciale et se traduit par une régulation de l'entrée dans le secteur (autorisations, surveillance, quotas d'opérateurs, etc.). De plus, l'évolution des économies contemporaines, marquées par la saturation des marchés fait de la qualité un enjeu d'importance croissante pour les entreprises tant au niveau de leur stratégie que de leur gestion interne [14]. Ainsi, face aux diverses attentes, les opérateurs cherchent à améliorer leur efficacité et à donner confiance à leurs clients ou à leurs parties prenantes. Pour cela, ils sont conduits à s'engager dans des systèmes de garantie ou mettre en place des systèmes de management qui peuvent concerner la qualité, l'environnement, la sécurité au travail ou la responsabilité sociale. La mauvaise qualité réelle ou perçue des produits locaux pèse sur leur compétitivité face aux importations.

Les enjeux spécifiques du secteur aquacole

La production aquacole mondiale augmente de manière importante et fournit un volume significatif crois-

26 RHD/RHF : restauration Hors Domicile / Restauration Hors Foyer regroupe deux types de restauration : la restauration commerciale et la restauration collective.

sant de poissons et de produits aquatiques pour la consommation humaine, tendance qui devrait se prolonger. Cependant il est de plus en plus reconnu qu'il est nécessaire d'améliorer les pratiques utilisées dans ce secteur pour atteindre ce potentiel. La certification en aquaculture est maintenant perçue comme un outil envisageable [15].

Les normes privées et les programmes de certification connexes deviennent des éléments importants du commerce international du poisson et sont désormais un mécanisme clé pour la grande distribution et le commerce international. Les propriétaires de marques souhaitent une assurance qualité sur le produit et le processus d'obtention au travers de garanties. Ces exigences aval se répercutent sur toute la chaîne d'approvisionnement. Ceci est d'autant plus important que les chaînes d'approvisionnement deviennent de plus en plus intégrées verticalement. Les supermarchés consolident leur rôle en tant que principaux distributeurs de produits du poisson et fruits de mer, et leurs politiques d'achat s'éloignent de l'ouverture des marchés pour aller de plus en plus vers la contractualisation des relations avec les fournisseurs. Les multinationales qui sont au premier plan dans la distribution de détail souhaitent étendre leur portée mondiale, et leurs stratégies d'achat sont susceptibles d'influencer progressivement les marchés de détail en Asie de l'Est, Afrique, Europe de l'Est et en Amérique latine [15].

La prolifération des normes privées est source de confusion pour de nombreuses parties prenantes. Les intérêts y sont différents : les pêcheurs et les aquaculteurs souhaitent un système de certification qui permet de maximiser le rendement sur le marché, les acheteurs cherchent les normes qui ont le plus de crédibilité sur le marché et permettent une meilleure gestion du risque et de leur réputation ; les gouvernements cherchent les normes qui s'intégreront dans leur politique de sécurité alimentaire et leurs stratégies de gestion des ressources. Le développement des normes environnementales ou écolabel dans le domaine de la pêche et de l'aquaculture fait écho au boycott des groupes environnementaux contre les grands opérateurs privés et la couverture médiatique négative que cela a entraîné [15]. Le secteur aquacole doit répondre à tous les enjeux qui le traversent en utilisant les outils adéquats qui lui permettent de concilier la construction de filières économiques durables, la santé du consommateur et la préservation des ressources aujourd'hui menacées.

Pourquoi appuyer les démarches qualité en Océan Indien ?

La définition d'une politique alimentaire de la COI peut accroître la compétitivité et créer de la valeur ajoutée pour les économies des régions de la zone Océan Indien. Ces problématiques complexes peuvent se structurer autour d'une vision commune d'amélioration de la qualité des produits agroalimentaires, et doivent intégrer les dimensions sociales et environnementales.

Aujourd'hui, la multitude des démarches et les difficultés de mise en place peuvent décourager les acteurs. Une politique qualité joue un rôle très important d'information, d'orientation et d'accompagnement des opérateurs dans ces démarches qualité.



CHAPITRE 2 : IDENTIFICATION DES DÉMARCHES QUALITÉ DANS L'OcéAN INDIEN ET CADRE D'ANALYSE

Les diverses démarches qualité qui existent forment une boîte à outils. Elles permettent d'élaborer une stratégie à l'échelle d'une entreprise, d'une filière ou d'une région pour répondre aux enjeux de la zone Sud-ouest de l'Océan Indien. Pour piloter ces orientations stratégiques, une bonne connaissance de cette boîte à outils est nécessaire pour les acteurs de la qualité alimentaire.

Cette partie présente les différentes formes d'outils et les différentes démarches qui existent dans la zone. Le cadre d'analyse utilisé dans le rapport est présenté. Il positionne chaque démarche dans l'ensemble des enjeux existants de la zone en présentant leurs objectifs, leurs points forts et leurs points faibles et un bilan sur leurs applications dans l'Océan Indien avec les opportunités, les contraintes et les facteurs de succès identifiés. Grâce aux informations pratiques et aux retours d'expérience sur des cas concrets, cette analyse constitue une aide à la décision sur le choix de la démarche et sur les conditions de sa mise en place.

Les différentes formes et statut de démarches qualité

Ces démarches prennent différentes formes et statuts.

Elles peuvent se présenter dans des formes **réglementaires et officielles**. Elles sont alors définies par les réglementations, les standards et les dispositifs de contrôle au niveau gouvernemental.

Elles peuvent donner des **droits de propriétés intellectuelles** et sont donc inscrites dans les droits juridiques.

Les démarches peuvent prendre la forme de **systèmes volontaires de certifications** établis dans des normes. La norme est un document écrit accessible au public établissant une règle du jeu évolutive qui porte sur des spécifications techniques ou des lignes directrices et dont l'observation n'est pas obligatoire. Les normes constituent une référence technique portant sur les caractéristiques essentielles des produits ou de procédés (conception, sécurité, qualité...). Les normes sont élaborées par les professions concernées : producteurs, distributeurs, consommateurs et administrations, sous l'égide des agences de normalisation²⁷. Dans le domaine agro-alimentaire, on reconnaît quatre types de normes²⁸ [16]. Ces normes peuvent être validées ou non par les pouvoirs publics.

Les démarches peuvent faire référence à des **référentiels privés** initiés par des opérateurs économiques ou par la société civile.

La boîte à outils des démarches de qualité

27 AFNOR (association française de normalisation au niveau français, CEN (comité européen de normalisation) au niveau communautaire et ISO (international standardisation organisation) au niveau international.

28 Les normes de spécifications de produits qui définissent la composition d'un produit ; les normes d'environnement d'un produit qui définissent des éléments tels que des emballages, des techniques de stockage ou encore certains ingrédients ; les normes de lignes directrices qui énoncent des recommandations, par exemple en matière ; de bonne pratique de sécurité alimentaire et les normes de méthodes d'analyse et d'échantillonnage

Une **quarantaine de ces démarches** sont présentées dans ce document. Parmi les multiples classifications, nous avons fait le choix de les présenter en quatre catégories qui regroupent les démarches par affinités d'objectifs et de réponses aux enjeux : (i) les démarches de conformité à des modes de production et de transformation à des **bonnes pratiques** qui répondent aux objectifs des échanges commerciaux, de respect des réglementations et de sécurité alimentaire, (ii) les démarches de conformité des **produits** à des référentiels ou protection qui répondent à des objectifs de valorisation, de reconnaissance des produits par le consommateur et de protection juridique, (iii) les démarches **d'efficacité** qui atteste qu'une organisation a la capacité à satisfaire aux exigences des parties prenantes et (iv) les démarches répondant aux attentes **sociales et environnementales** qui regroupent démarches de conformité et d'efficacité.

Démarche de conformité des modes de production et de transformation à des bonnes pratiques

Elles attestent du respect des exigences par un engagement préalablement défini dans un document de référence (cahier des charges, norme, charte...). Deux grands types de démarches de conformité peuvent se différencier. Les référentiels, chartes, normes qui ont été créés : (i) soit par des distributeurs qui exigent des preuves de conformité des produits et/ou mode de production et transformation auprès de leurs fournisseurs. Parmi ces référentiels de distributeurs, nous verrons le référentiel de bonnes pratiques agricoles GlobalGAP, l'international food standard IFS et le british retail consortium BRC. (ii) Soit par des organisations professionnelles agricoles qui mettent en place des outils de reconnaissance. Nous verrons les démarches : european initiative for sustainable development in agriculture ESIA, haute valeur environnementale HVE, agri confiance®, PFI production fruitière intégrée.

Démarche de conformité des produits à des référentiels ou protection

Elles apportent au consommateur des garanties sur l'origine, le mode d'élaboration, les qualités organoleptiques ou la spécificité du produit. Nous verrons les démarches encadrées par des dispositifs réglementés par les Etats : les indications géographiques, IG, dont l'appellation d'origine protégée AOP, l'appellation d'origine contrôlée AOC et l'indication géographique protégée IGP ; le label rouge, la démarche certification conformité produit CCP, les mentions valorisantes « Produit Pays Réunion », « Montagne » et « Produit fermier ». Nous verrons aussi les démarches en agriculture biologique AB.

Les démarches d'efficacité

Elles sont construites et mises en place pour attester la capacité d'une organisation à satisfaire aux exigences de ces clients et parties intéressées : ISO 9001²⁹, ISO 22000³⁰, ISO 14001³¹.

Les démarches éthiques, sociales et sociétales

Elles offrent un panel d'outils polymorphes avec des démarches de conformité des référentiels privés (équitable solidaire responsable ESR d'ECOCERT avec bio équitable, faire trade audit FTA 2000 d'ALTER ECO, faire trade de Max Havelaar), des marques collectives (commerce équitable et solidaire

29 Management de la qualité : pour l'organisation et le management de l'entreprise orientés en priorité vers la satisfaction du client

30 Management de la sécurité alimentaire

31 Management environnementale

CES d'ANCESM) et des démarches d'efficacité des systèmes de management (OHSAS 18000³², SA 8000³³, ISO 26000³⁴).

Toutes ces démarches sont volontaires. Elles deviennent une condition d'accès aux marchés dès lors que les acteurs exigent les preuves de leur mise en œuvre.

Tableau 1 : Les différentes catégories de démarche qualité.

Type de démarche	Conformité des modes de production et de transformations à des bonnes pratiques		Conformité des produits à des référentiels ou protection	Efficacité	Démarches éthiques, sociales et sociétales
Objectifs	échanges commerciaux, respect des réglementations, sécurité alimentaire		valorisation, reconnaissance par le consommateur, protection juridique	atteste la capacité d'une organisation à satisfaire aux exigences des parties prenantes	attentes sociales et environnementales
Initiateur	<i>Distributeur</i>	<i>Professionnels</i>	<i>Publique ou privé</i>	<i>Organismes de normalisation</i>	<i>Multiples</i>
Nom des démarches	GlobalGAP IFS BRC	agriculture raisonnée ESIA HVE agrimonfiance®	AOP-AOC IGP label rouge CCP mentions valorisantes AB	ISO 9001 ISO 22000 ISO 14001	Max Havelaar* ESR- BIO EQUI-TABLE* ALTER ECO CES OHSAS 18000** SA 8000** ISO 26000**

* : conformité : ** efficacité

Cadre d'analyse des démarches de qualité

Toutes les démarches sont construites selon le même canevas :

1. Type de démarches

Chaque description commence par une brève présentation de la démarche.

32 Santé et sécurité au travail

33 Justice sociale et conditions de travail

34 RSE- Responsabilité sociétale des entreprises

2. Objectifs de la démarche

- a. Objectifs historiques
- b. Objectifs actuels
- c. Objectifs observés

Les objectifs de la démarche sont présentés selon trois dimensions : la dimension historique en présentant les objectifs initiaux à l'origine de la démarche, les objectifs qui sont présentés aujourd'hui pour la démarche et les objectifs implicites, ceux pour lesquels les opérateurs s'engagent dans la démarche et qui ne font pas forcément partie des objectifs initiaux et officiellement attendus de la démarche.

3. Cadre de la démarche

- a. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche
- b. Procédure de demande
- c. Dispositif de contrôle et surveillance

Le cadre de la démarche correspond à un benchmarking du dispositif sur les garants et gestionnaires du dispositif, sur la procédure de demande et le dispositif de contrôle et de surveillance. Cette méthode consiste à analyser les performances d'une organisation sur un facteur clé de succès donné et à rechercher une base de comparaison qui donnerait à l'organisation la possibilité d'améliorer son degré de maîtrise de ce facteur clé de succès.

4. Cahier des charges de la démarche

Le cahier des charges présente les grandes lignes du contenu du référentiel.

5. Situation et niveau de développement de la démarche

- a. Situation de la démarche
- b. Points forts
- c. Points faibles

La situation de la démarche présente les grandes tendances sur le développement de la démarche, si elle est très répandue ou limitée à des secteurs précis, et propose des points forts et points faibles qui expliquent cette situation.

6. La démarche dans l'Océan Indien

Enfin, l'existence ou non de cette démarche dans le sud-ouest de l'Océan Indien est précisée, et si la démarche est présente, un retour d'expérience des opérateurs engagés dans la démarche est fait.

PARTIE 2 : CONFORMITÉ DES MODES DE PRODUCTION ET DE TRANSFORMATION AUX BONNES PRATIQUES

Les distributeurs, les acheteurs intermédiaires et à travers eux les consommateurs veulent être rassurés sur l'application de bonnes pratiques pour la sécurité sanitaire des produits, la protection de l'environnement, la protection sociale et la santé des opérateurs, le bien-être animal. La mise en place volontaire de démarches qualité de conformité va permettre aux producteurs et/ou aux transformateurs d'apporter la preuve (via notamment des enregistrements) qu'ils appliquent des bonnes pratiques préalablement définies dans des référentiels, des chartes et des normes.

Les bonnes pratiques sont un pré requis pour la majorité des démarches de qualité et décrivent : (i) les bonnes pratiques d'hygiène (BPH) ; (ii) les bonnes pratiques de production (BPA pour bonnes pratiques agricoles) pour une production déterminée (pomme de terre, viande de bœuf, lait ...) ou pour l'ensemble des pratiques de l'exploitation ; (iii) les bonnes pratiques de transformation pour les produits agroalimentaires (BPF pour bonnes pratiques de fabrication). Leur application peut reposer sur une approche intégrée grâce à la méthode HACCP.

Intégrant ces bonnes pratiques, deux grands types de démarches peuvent se différencier. Les référentiels, chartes, et normes qui ont été créés : (i) soit par des distributeurs qui exigent des preuves de conformité des produits et/ou mode de production et transformation auprès de leurs fournisseurs. Parmi ces référentiels distributeurs nous verrons GlobalGAP³⁵, IFS³⁶ et BRC³⁷ ; (ii) soit par des organisations professionnelles agricoles (interprofessions, associations de producteurs qui mettent en place des outils de reconnaissance). Nous verrons les référentiels, chartes, et normes de bonnes pratiques par produit et ceux pour l'ensemble des pratiques de l'exploitation agricole : agriculture raisonnée, ESIA³⁸, HVE³⁹, agri Confiance[®], PI et PFI⁴⁰.

La reconnaissance de la conformité se fait soit par une vérification directe de l'organisation qui a mis en place ces démarches (autocontrôle) ; soit par une vérification par une tierce partie telles que les réalisent les organismes certificateurs qui délivrent une attestation de conformité ou un certificat.

En général, il n'y a pas de communication directe au consommateur sur ces conformités mais une communication entre vendeurs et acheteurs (business to business).

35 Référentiel de bonnes pratiques agricoles

36 International Food Standard

37 British Retail Consortium

38 European Initiative for Sustainable Development in Agriculture

39 Haute Valeur Environnementale

40 Production intégrée et Production Fruitière intégrée

CHAPITRE 1 : LES GUIDES DE BONNES PRATIQUES

Les démarches de conformité s'appuient sur des guides de bonnes pratiques qui sont en général rédigés par les filières. Ces guides sont des prérequis pour tous les systèmes de gestion de la qualité.

Guide des bonnes pratiques d'hygiène

1. Type de démarche

Un guide de bonnes pratiques d'hygiène (BPH) est un document de référence, évolutif, d'application volontaire, conçu par une branche professionnelle pour les professionnels de son secteur. Tous les secteurs sont concernés, de la « fourche à la fourchette ». Les guides ont pour objectif d'aider les professionnels à maîtriser la sécurité sanitaire des aliments et à respecter leurs obligations réglementaires (exemple en Union Européenne avec les règlements (CE) n°852/2004 et 183/2005 [17, 18])

Pour les denrées alimentaires et/ou les aliments pour animaux et les activités entrant dans leur champ d'application, le guide recommande des moyens ou des méthodes adaptés, des procédures, en particulier les procédures d'autocontrôle, dont la mise en œuvre doit aboutir à la maîtrise des dangers identifiés dans le respect des exigences réglementaires. Il précise en particulier les bonnes pratiques d'hygiène applicables et il propose une aide pour la mise en place d'un système de maîtrise du ou des danger(s) qu'il concerne basé sur les principes du système HACCP. Il peut proposer des exemples de plans HACCP adaptables ensuite par chaque entreprise à ses spécificités. Il peut également proposer des recommandations pour la mise en place de la traçabilité ainsi que pour la détermination des dates de durabilité et des conditions de conservation ou d'utilisation, et toute autre recommandation ayant trait à la sécurité ou la salubrité des denrées alimentaires et/ou les aliments pour animaux

2. Guide des bonnes pratiques d'hygiène en Union Européenne et à La Réunion

Le règlement (CE) n° 852/2004 du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires et le règlement (CE) n°183/2005 du 12 janvier 2005 relatif à l'hygiène des aliments pour animaux sont entrés en application le 1er janvier 2006 et encouragent l'élaboration des guides de bonnes pratiques d'hygiène et d'application des principes HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point). Ces guides sont particulièrement utiles aux petites et moyennes entreprises en permettant aux professionnels de mutualiser les premières étapes de la démarche HACCP, en développant des éléments de maîtrise concrets, spécifiques au secteur alimentaire qu'ils concernent, et adaptés à leur structure d'entreprise.

La version validée et intégrale d'un guide des bonnes pratiques d'hygiène présente également l'intérêt d'être un document de référence pris en compte lors des contrôles officiels des professionnels de la chaîne alimentaire comme il est rappelé dans l'article 10 du règlement (CE) n°882/2004 [19]. Un guide non validé, ou une version professionnelle abrégée, s'ils peuvent avoir un intérêt au niveau de la filière professionnelle, ne seront néanmoins pas reconnus par l'administration comme permettant de respecter les exigences réglementaires. Pour la France, 44 guides sont validés par les pouvoirs publics français en octobre 2011 et 6 sont en cours.

3. Guide des bonnes pratiques d'hygiène dans les pays de l'Océan Indien

Les guides des bonnes pratiques sont en général rédigés par les filières en relation avec les législations (Food Act) et basés sur les normes alimentaires mises au point par la Commission du Codex alimentarius.

Par exemple, à Madagascar, les guides d'hygiène sont d'application volontaire. Ils sont élaborés par les filières (professionnels, centre techniques) sur la base du règlement (CE) n°852/2004 du parlement européen et du conseil du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires [20] et sur le code d'usage international recommandé par le Codex alimentarius – principes généraux d'hygiène alimentaire (CAC/RCP 1-1969, REV.4-2003) [21]. Nous pouvons ainsi citer l'exemple des guides des bonnes pratiques d'hygiène des filières épices à Madagascar [22-26]. Le CTHT⁴¹ avec l'aide de l'Union Européenne et du ministère de l'agriculture de Madagascar a rédigé des guides de bonnes pratiques d'hygiène avec les filières épices. Des guides sont ainsi disponibles pour les filières vanille, girofle et poivre et des formations accompagnent les opérateurs qui souhaitent mettre en place ces bonnes pratiques.

Guide des bonnes pratiques agricoles

1. Type de démarche

Les guides de bonnes pratiques agricoles rassemblent des critères qui définissent les moyens à mettre en œuvre au niveau de l'amont agricole pour satisfaire des exigences spécifiées. Les exigences peuvent être de l'ordre d'une amélioration de la productivité, d'une amélioration de la qualité produit et/ou de la maîtrise des impacts sur l'environnement. Ces guides sont d'application volontaire pour un appui technique aux filières rédigés par les professionnels, des organismes de développement et/ou des centres techniques.

2. Guide des bonnes pratiques agricoles en Union Européenne et à La Réunion

Des guides de bonnes pratiques agricoles ont été rédigés par les interprofessions communautaires et/ou françaises pour des objectifs de qualité produit, de qualité environnementale, de reconnaissance professionnelle.

Dans le cadre du schéma directeur d'aménagement et de gestion des eaux (SDAGE) à La Réunion pour la période 2010-2015, la direction de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DAAF) de La Réunion a élaboré le guide des bonnes pratiques agricoles à La Réunion afin de participer à la réalisation de l'objectif affiché du bon état de 73 % des masses d'eau d'ici à 2015. Cet ouvrage est donc voué à évoluer dans l'avenir, afin d'accompagner dans le temps, les acteurs du monde agricole. Les bonnes pratiques agricoles ont été définies comme des pratiques dont le socle est la réglementation et le sommet un ensemble de préconisations correspondant à l'état actuel de la recherche avec des outils et techniques disponibles pour les exploitants. Ce guide est essentiellement destiné aux techniciens. Il constitue une base commune pour la diffusion d'un message cohérent [27].

41 Centre Technique Horticole de Tamatave

3. Guide des bonnes pratiques agricoles dans les pays de l’Océan Indien

Les guides des bonnes pratiques sont en général rédigés par les acteurs des filières en relation avec les législations (Food Act) et basés sur les normes alimentaires mises au point par la Commission du Codex alimentarius.

Par exemple, à Madagascar, les guides des bonnes pratiques agricoles sont d’application volontaire. Ils sont élaborés par les filières (professionnels, centre techniques). Nous pouvons ainsi citer l’exemple du CTHT qui, avec l’aide de l’Union Européenne et du ministère de l’agriculture de Madagascar, a rédigé des guides de bonnes pratiques agricoles avec les filières épices. Des guides sont ainsi disponibles concernant la production et le post récolte pour les filières vanille, girofle et poivre et des formations accompagnent les opérateurs qui souhaitent mettre en place ces bonnes pratiques.

A Maurice, les guides des bonnes pratiques agricoles sont d’application volontaire. Ils sont élaborés par les filières (professionnels, centre techniques). Dans le cadre de l’association professionnelle des producteurs/exportateurs des produits Horticoles de Maurice (APEXHOM), un travail sur des guides de bonnes pratiques agricoles a été mené. Ces guides intègrent à la fois la qualité sanitaire (guide des bonnes pratiques d’hygiène) et des bonnes pratiques agricoles pour des produits de qualité.

Guide des bonnes pratiques de transformation

Ce sont les guides de bonnes pratiques d’hygiène adaptés à la transformation agroalimentaire.



CHAPITRE 2 : HACCP

Type de démarche

Tous les pays ont besoin de programmes de contrôle alimentaire pour garantir que les aliments sont sains, de bonne qualité et disponibles en quantité adéquate et à des prix abordables afin d'assurer un statut nutritionnel et sanitaire acceptable pour toutes les populations. Le contrôle alimentaire comporte toutes les activités entreprises pour assurer la qualité, la sécurité sanitaire et la loyauté des aliments à toutes les étapes, depuis la production primaire, la transformation, le stockage, jusqu'à la commercialisation et la consommation. Ce terme a été utilisé pour décrire un effort national complet englobant une approche intégrée qui implique le gouvernement avec tous les segments et secteurs de l'industrie alimentaire. Le contrôle alimentaire est lié à l'amélioration de la santé des populations, du potentiel de développement économique du pays et la réduction de l'altération et des pertes de produits alimentaires.

Les principes généraux d'hygiène alimentaire du Codex alimentarius [21] constituent une base solide pour assurer un contrôle et une hygiène alimentaires efficaces. Ils s'intéressent à la chaîne alimentaire depuis la production primaire jusqu'au consommateur, en mettant l'accent sur les contrôles clés de l'hygiène à chaque étape. Il est recommandé d'utiliser une approche HACCP, quand cela est possible, pour améliorer la sécurité sanitaire des aliments. Cette approche HACCP est reconnue, à l'échelle internationale, comme étant très efficace pour assurer la sécurité sanitaire et l'adaptabilité des produits pour l'alimentation humaine et dans le commerce international.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

Reconnaissant l'importance du système HACCP pour le contrôle alimentaire, la vingtième session de la commission du Codex alimentarius, tenue à Genève, du 28 juin au 7 juillet 1993, a adopté des lignes directrices pour l'application du système d'analyse des risques- points critiques pour leur maîtrise HACCP [28]. La version révisée du code d'usages international recommandé- principes généraux d'hygiène alimentaire [29], adoptée pendant la vingt-deuxième session de la commission du Codex alimentarius, tenue à Genève du 23 au 28 juin 1997, inclut le système d'analyse des risques- points critiques pour leur maîtrise (HACCP) et des directives concernant son application en annexe.

2. Objectifs actuels

Le système HACCP, en tant qu'outil de gestion de la sécurité sanitaire des aliments, se base sur la maîtrise des points critiques pendant la préparation des aliments, afin de prévenir les problèmes de sécurité sanitaire des aliments. Son application permet également une meilleure utilisation des ressources et de réagir à temps quand apparaissent des problèmes de sécurité sanitaire des aliments. De plus, l'application du système HACCP peut aboutir à une gestion des risques mieux focalisée par les responsables du contrôle alimentaire et

promouvoir le commerce international en augmentant la confiance de l'acheteur dans l'innocuité des aliments.

Le système HACCP identifie les dangers spécifiques et les mesures de maîtrise appropriées afin d'assurer la sécurité sanitaire des aliments. Chaque plan HACCP est spécifique au produit en question et à sa chaîne de fabrication. Le système HACCP est facile à adapter pour inclure des changements, tels que des développements dans la conception d'équipement, de nouvelles données relatives aux dangers ou risques de santé publique, de nouveaux procédés de transformation ou de nouvelles technologies alimentaires.

Le succès de l'application du système HACCP requiert l'engagement et l'implication complets de la direction et du personnel et un esprit d'équipe. Son application est compatible avec l'application d'autres systèmes de gestion de la qualité, telles que les normes ISO 9000. Le système HACCP est le système de choix pour la gestion de la sécurité des aliments parmi ces systèmes.

Structure de l'outil

Les principes généraux d'hygiène alimentaire du Codex alimentarius sont constitués d'une introduction, d'une annexe [analyse des risques- points critiques pour leur maîtrise (HACCP) et directives concernant son application] [29] et des 10 sections suivantes:

- Section I- Objectifs des principes généraux d'hygiène alimentaire
- Section II- Champ d'application et utilisation du document
- Section III- Production primaire
- Section IV- Établissement: conception et installations
- Section V- Contrôle des opérations
- Section VI- Établissement: entretien et assainissement
- Section VII- Établissement: hygiène corporelle
- Section VIII – Transport
- Section IX- Informations sur les produits et vigilance des consommateurs
- Section X – Formation

Certification

Selon les règlements nationaux et communautaires, l'application de l'outil est obligatoire ou volontaire, certifiée ou non. Ainsi, certains pays (comme Maurice) certifient les entreprises qui appliquent HACCP.

CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE GLOBALGAP

Type de démarche

GlobalGAP est un référentiel privé qui a pour principe la mise en œuvre de bonnes pratiques agricoles (good agricultural practices) et environnementales sur les exploitations autour de trois enjeux : sécurité des aliments, maîtrise des impacts environnementaux et conditions de travail.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

Le dispositif de certification EurepGAP a été mis en place en 1997 à l'initiative du groupe EUREP (euro-retailer produce working groupe)[30], constitué essentiellement autour d'un noyau de distributeurs, majoritairement originaires d'Europe du Nord. Le groupe EUREP a été créé par 13 distributeurs européens dans l'objectif d'harmoniser au niveau européen les exigences des chaînes d'approvisionnement intégrées de fruits et légumes. Le premier cahier des charges EurepGAP a été mis en place en 1999. Il permet aux distributeurs de répondre aux exigences du food safety act britannique et aux évolutions de la réglementation européenne suite aux crises sanitaires avec des exigences de plus en plus fortes sur la responsabilité des distributeurs.

2. Objectifs actuels

Le référentiel est aujourd'hui largement utilisé à l'échelle internationale et a engendré le développement de référentiels nationaux basés sur des exigences similaires (par exemple ChileGAP et KenyaGAP). La norme EurepGAP a été rebaptisée GlobalGAP en 2007 traduisant les ambitions mondiales du référentiel. Au départ, cette norme était exigée principalement par des opérateurs britanniques mais commence à être réclamée dans d'autres pays européens. Le groupe est aujourd'hui élargi à des distributeurs, des producteurs, des fournisseurs d'intrant et des organismes certificateurs de différents pays du monde.

GlobalGAP possède un dispositif de reconnaissance internationale. Les propriétaires de référentiel de bonnes pratiques agricoles (GAP. pour good agricultural practices) dans le monde entier peuvent essayer de prouver leur équivalence avec GlobalGAP par une procédure d'évaluation comparative (benchmarking) indépendante. Les pays disposant de programmes équivalents ou en cours de validation* sont : Allemagne, Autriche, Brésil*, Chili, Chine*, Colombie*, Ecosse*, Espagne, France, Irlande*, Japon, Kenya, Mexique, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suède, Suisse et Uruguay.

3. Objectifs observés

GlobalGAP est devenu le plus important code de référence au monde en matière de production de denrées agricoles à l'état brut. Selon certains observateurs, la démarche permet l'amélioration globale de la qualité des produits et des pratiques agricoles ainsi que l'assurance qualité tout au long de la filière, mais elle

tend aussi à modifier les relations commerciales entre les pays. Les chaînes d'approvisionnement qui mettent en relation des acteurs (producteurs, fournisseurs et acheteurs) extrêmement dispersés géographiquement s'organisent désormais, notamment pour les fruits et les légumes, pour respecter les exigences phytosanitaires et les normes de qualité des produits établies par les clients des pays développés [31].

Or, les normes privées sont souvent considérées comme plus exigeantes que les règlements publics. Lorsqu'elles s'appliquent au commerce entre pays du Sud et pays industrialisés, ces normes sont susceptibles de modifier significativement les termes d'accès aux marchés de ces pays. Véritables barrières à l'entrée sur les marchés des pays développés, les normes et réglementations sont susceptibles d'entraver le développement de pays dont l'économie repose encore largement sur les exportations agricoles, en particulier dans les nouvelles filières des produits horticoles à haute valeur ajoutée. Ces normes peuvent être considérées comme de nouveaux instruments de contrôle des opérations de production et de pilotage de ces filières par les opérateurs aval [32]. De plus, elles apparaissent comme de nouvelles menaces d'exclusion des marchés mondiaux des petits producteurs des filières des pays du Sud dans le cas où ils n'arrivent pas à satisfaire aux exigences de ces référentiels [33, 34].

GlobalGAP est donc une démarche fortement recommandée pour l'insertion de produits de qualité générique (« garantie » d'une qualité minimale) dans les marchés internationaux. GlobalGAP est ainsi devenu de facto une condition d'accès au marché.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

GlobalGAP est aussi le nom de l'organisme du secteur privé qui détermine les référentiels volontaires du même nom pour la certification de produits agricoles (aquaculture comprise) dans le monde entier. GlobalGAP est un programme mondial et un référentiel de bonnes pratiques agricoles (GAP), gérés par le secrétariat GlobalGAP. GlobalGAP fournit les référentiels et le cadre régissant la certification indépendante et reconnue des processus de production agricole par un organisme tiers sur la base de la norme EN 45011 ou du guide ISO/IEC 65. La certification du processus de production (culture, élevage, ou production) de produits certifiés garantit que seuls sont certifiés les produits qui atteignent un certain niveau de conformité aux bonnes pratiques agricoles spécifiées dans les documents de référence GlobalGAP.

L'association Foodplus GmbH a été créée en mars 2011 pour gérer l'ensemble du dispositif. Elle intègre des distributeurs ainsi que des fournisseurs de produits et des membres associés (essentiellement les organismes certificateurs accrédités pour cette certification) et représente juridiquement le secrétariat GlobalGAP [35].

2. Procédure de demande

En vue d'obtenir la certification GlobalGAP, les producteurs doivent dans un premier temps s'inscrire auprès d'un organisme certificateur approuvé. La procédure d'inscription doit être achevée avant que l'organisme certificateur ne réalise le premier contrôle/audit.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Le dispositif de contrôle et surveillance est décrit dans le référentiel GlobalGAP dans les documents :

- points de contrôle et critères de conformité (PCCC) qui doivent être respectés par le demandeur et sont contrôlés par les organismes certificateurs ;
- check-lists (CL) qui reprennent les points PCCC pour contrôle par les organismes certificateurs et qui peuvent servir d'autoévaluation par le demandeur.

GlobalGAP inclut des contrôles annuels des producteurs et des contrôles supplémentaires non programmés. Les audits et contrôles sont assurés par des organismes certificateurs approuvés par GlobalGAP qui sont accrédités EN 45011. Les organismes certificateurs approuvés doivent respecter les règles de GlobalGAP et avoir signé un accord de certification et de licence avec GlobalGAP.

Cahier des charges de la démarche

Chaque référentiel correspondant à une famille de produits a son cahier des charges. Tous les documents de référence, ainsi que les documents directifs supplémentaires, peuvent être consultés librement sur le site Web de GlobalGAP [36].

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Situation de la démarche

La certification GlobalGAP est menée à bien par une centaine d'organismes de certification indépendants et accrédités dans plus de 80 pays [36].

2. Points forts

Les points forts généralement cités de la démarche sont :

- l'accroissement de la sécurité sanitaire des aliments ;
- la sécurisation des échanges commerciaux ;
- une attention accrue concernant la maîtrise des processus de production.

3. Points faibles

Les points faibles généralement cités de la démarche sont :

- un risque d'exclusion de nombreux petits producteurs exportateurs face à la complexité de la démarche ;
- le coût des processus de mise en application parfois difficilement supportable ;

- le coût de la certification en charge du producteur (nécessité de répercuter le prix sur l'aval, mais pas toujours possible dans un marché concurrentiel) ;
- une démarche qui n'augmente pas le prix de vente pour le producteur.

GlobalGAP dans l'Océan Indien : le cas du letchi GlobalGAP à Madagascar

1. Enjeu du secteur letchi à Madagascar

Bien que basé quasi uniquement sur la cueillette, le letchi est un produit très important tant en termes d'emplois que de devises. En valeur, l'exportation de letchi représentait 8,92% des exportations totales du pays en 2006 [37]. Madagascar est le premier exportateur mondial de letchi vers l'Union Européenne, avec une part de marché d'environ 80% des importations. Cette production est assurée par des petits et très petits planteurs-cueilleurs, qui seraient, selon des estimations, 80 000 au total répartis sur la côte Est de l'île. En comptant tous les types d'emplois liés à l'activité, la production occuperait, saisonnièrement, près de 2,5 millions de ruraux [37].

Les principaux concurrents de Madagascar sur le marché européen sont localisés dans l'Océan Indien qui représente 90% de l'approvisionnement total annuel en letchis de l'Union Européenne [38]. La campagne d'exportation de letchi vers l'Union Européenne se concentre sur la période des fêtes de fin d'année (noël, nouvel an européen et nouvel an chinois). L'essentiel des exportations arrive en quelques semaines, à partir de début décembre jusque mi-janvier. Le letchi a en effet l'image d'un produit festif pour les consommateurs européens. Par sa couleur rouge et son image exotique, il y rencontre beaucoup de succès à cette période de l'année, ce qui explique cette fenêtre de vente extrêmement restreinte [39].

2. Commercialisation

Les quantités exportées tournent autour de 22000/24000T par an [38]. La filière peine à s'organiser autour d'une stratégie cohérente de commercialisation. La multiplication des acteurs ne permet pas la maîtrise du marché et des pratiques irrationnelles apparaissent. L'analyse de Pierre Gerbaud, consultant, montre que malgré les efforts d'une partie des professionnels pour structurer le secteur, des opportunistes déstabilisent la filière pour « satisfaire une mégalomanie quantitative ». Aucune campagne ne se ressemble. Le nombre de facteurs en jeu en est peut-être l'une des raisons. L'importance de la production, la brièveté de la saison de commercialisation, la qualité des fruits, l'aspect précoce ou tardif du démarrage de campagne, l'organisation d'une logistique commune ou différenciée, les systèmes de financement des campagnes, la concurrence exacerbée des opérateurs sur les marchés destinataires, sont autant d'éléments qui forgent ce caractère atypique. Leur combinaison n'aboutit jamais au même résultat [38].

L'évolution de la commercialisation des letchis malgaches est loin d'être satisfaisante pour les acteurs de la filière. Sa dégradation année après année devrait susciter de nouvelles réflexions. La poursuite de la course au tonnage, si elle peut satisfaire la fierté des producteurs et exportateurs, ne semble pas permettre une augmentation proportionnelle des revenus [38].

3. GlobalGAP

Au vu de l'importance économique de l'exportation du letchi pour Madagascar, et des potentielles menaces concurrentielles qui existent dans la zone (Afrique du Sud notamment), la réflexion sur la satisfaction des clients européens est donc primordiale.

Les importateurs européens sont très impliqués dans la filière puisqu'ils assument l'acheminement par voie maritime, la mise en marché et proposent des avances de campagne aux exportateurs malgaches. Avec l'appui financier de l'Union Européenne, le Centre Technique Horticole de Tamatave participe depuis 2001 au développement de la production du letchi ainsi qu'à sa mise en conformité avec les exigences réglementaires et commerciales imposées par les marchés extérieurs (14 sociétés certifiées GlobalGap en 2007) [40].

Les mesures prises par les opérateurs amont et aval de la filière, en termes de quantité et de qualité des fruits, devront se traduire efficacement dans la pratique pour redonner confiance aux distributeurs et consommateurs [41].

4. Demande de certification

La certification GlobalGAP est réclamée depuis 2006 par certains clients européens. Les exportateurs ont tous choisi l'option 2 de GlobalGAP pour des groupements de producteurs pour la certification. Depuis 2007, de nombreux groupes de producteurs ont vu le jour grâce au soutien des exportateurs et des bailleurs de fond étrangers dans l'objectif de permettre aux producteurs d'acquérir la certification.

5. Impacts de la certification

Les groupements de producteurs qui ont ainsi été mis en place pour l'obtention de la certification GlobalGAP ont été un moyen pour les producteurs d'occuper une place plus avantageuse dans la filière en prenant en charge de nouvelles fonctions (logistique, transport, vente directe). De plus, les organisations de producteurs permettent aux producteurs d'accroître leur pouvoir de négociation face aux exportateurs et aux institutions publiques, de sécuriser leurs revenus via la contractualisation ou l'accès au crédit. Les exportateurs malgaches, qui ont choisi de passer par des organisations de producteurs pour faciliter la gestion et réaliser des économies d'échelle, ont souvent aidé directement les producteurs à se structurer et à acquérir les compétences nécessaires à la certification. Dans d'autres cas, ils ont travaillé avec des groupements formés par des bailleurs étrangers extérieurs à la filière.



CHAPITRE 4 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE BRC ET IFS

Type de démarche

Ces référentiels élaborés par la profession de la distribution sont des référentiels d'audit des fournisseurs de produits à marque de distributeur. Ils s'inscrivent dans une logique contractuelle entre le fournisseur et son client distributeur. Ils visent à mettre en place des référentiels d'évaluation communs à la profession et centrés sur la qualité et la sécurité des produits. Pour cela, ils évaluent, dans une entreprise agroindustrielle, la mise en place et l'efficacité d'un plan HACCP et d'un système de management de bonnes pratiques d'hygiène définies et documentées. Le système doit comprendre une dimension d'amélioration permanente et de maîtrise des exigences concernant l'environnement de l'entreprise, les produits, les process et le personnel. Les référentiels intègrent de nombreuses exigences que l'on retrouve dans la norme ISO 9001:2008, sans toutefois imposer une certification du système qualité selon cette norme.

La certification IFS ou BRC par un organisme certificateur atteste de l'efficacité du système de management de la qualité des « modes de production/processus » d'une entreprise, au regard de la qualité sanitaire des produits. Le BRC « British Retail Consortium » est un référentiel privé propriété d'un groupe de distributeurs anglo-saxons. L'IFS « International Food Standard » est un référentiel privé, propriété conjointe de groupes de distributeurs franco-allemands.

Objectifs des démarches

1. Objectifs historiques

Jusque fin des années 1990 et début des années 2000, les audits qualité des sites de fabrication des fournisseurs des distributeurs étaient réalisés par ces derniers. Ces audits étaient réalisés directement par les services qualité des distributeurs et des grossistes. Les exigences sans cesse croissantes des consommateurs, les responsabilités de plus en plus importantes des distributeurs et des grossistes, l'augmentation des exigences réglementaires et la mondialisation des flux de produits ont rendu essentiel le développement d'un référentiel de management de la qualité et de la sécurité des aliments. De même, il était également nécessaire de trouver une solution pour réduire le temps associé à une multitude d'audits, tant pour les distributeurs que pour les fournisseurs [42].

Les distributeurs anglais ont été les premiers à développer une approche collective à plusieurs enseignes membres de son syndicat BRC dès 1996. Les distributeurs allemands auxquels se joignent les français et d'autres pays continentaux développent l'IFS à partir de 2002. Les objectifs premiers étaient d'élaborer un référentiel commun avec un système d'évaluation, de travailler avec des organismes de certification accrédités et des auditeurs qualifiés, d'assurer la transparence et la possibilité de comparaison tout au long de la chaîne d'approvisionnement, de réduire les coûts et le temps liés aux audits, tant pour les distributeurs que pour les fournisseurs.

2. Objectifs actuels

Les référentiels BRC et IFS Food sont destinés à l'audit des fournisseurs de produits alimentaires sous marque de distributeurs (et 1er prix). L'objectif général consiste à appuyer les distributeurs dans la maîtrise de leurs fournisseurs, principalement au travers d'un support commun pour la réalisation des audits centrés sur la qualité et sécurité des aliments.

3. Objectifs observés

Au-delà des garanties de respect des produits et entreprises aux exigences de la législation européenne et de sécurité sanitaire, les démarches IFS et BRC apparaissent comme des conditions d'accès aux marchés. Bien que volontaires, ces certifications privées sont de facto obligatoires pour atteindre les marchés de la grande distribution, notamment en Europe.

Cadre des démarches

1. Garant et gestionnaire du dispositif des démarches

IFS est une organisation ne générant pas de bénéfices, dont le fonctionnement s'autofinance avec la vente des référentiels IFS ainsi que les frais de mise en ligne des rapports d'audit par les organismes de certification dans la base de données. Tous les revenus sont dédiés à l'amélioration du système IFS en général (traductions, expertises, site internet, base de données, etc.) [42].

BRC certification est géré au quotidien par l'équipe de la « Global Standards Technical » composée de professionnels et d'experts du domaine, responsable du bon fonctionnement ainsi que du développement du standard et de son référentiel.

2. Procédure de demande

La certification BRC ou IFS est effectuée par un organisme certificateur reconnu par BRC ou IFS et accrédité EN 45011. L'organisme certificateur effectue un audit qui atteste l'efficacité des modes de production/processus et l'existence d'un système de management de la qualité.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Des audits par un organisme certificateur accrédité 45011 (reconnu BRC ou IFS) ont lieu une à deux fois par an.

Cahier des charges des démarches

Les référentiels visent un haut niveau de sécurité pour les aliments. Ils associent des exigences de moyens et de résultats. Dans ces exigences, nous retrouvons la mise en œuvre des principes du management de la qualité et de la sécurité, l'amélioration continue, l'implication des opérateurs et la mise en application de la démarche HACCP telle que décrite par le Codex alimentarius [21].

1. Cahier des charges BRC

BRC version 4 regroupe 226 exigences réparties dans six grandes sections du BRC standard-food [43].

1. Système HACCP
2. Système de management qualité
3. Normes d'environnement de l'entreprise
4. Maîtrise du produit
5. Maîtrise du procédé
6. Personnel

Le référentiel BRC comporte dix clauses fondamentales pour lesquelles une non-conformité critique ou majeure remet en cause la possibilité d'une certification : « ces exigences ont trait aux systèmes, qui seront établis, entretenus et surveillés en permanence par la société » [43]. Elles concernent :

- le système HACCP ;
- le système de gestion de la qualité ;
- l'audit interne ;
- les mesures correctives ;
- la traçabilité ;
- les dispositions, les flux des produits et les séparations ;
- le nettoyage et l'hygiène ;
- les exigences de manipulation pour les matériaux spécifiques ;
- le contrôle des opérations ;
- la formation.

2. Cahier des charges IFS

Le référentiel IFS Food regroupe ses exigences en 5 chapitres [43] :

1. Management du système de la qualité
2. Responsabilité de la direction
3. Management des ressources
4. Réalisation du produit
5. Mesures, analyses et améliorations

Le référentiel IFS Food comporte dix exigences fondamentales (appelées exigences KO) qui, si elles ne sont pas respectées, sont réhabilitaires pour la certification [43] :

- la responsabilité de la direction notamment vis-à-vis de la prise de conscience de leurs responsabilités par les employés ;
- le système de surveillance de chaque point critique (CCP) ;
- la mise en place, le suivi et l'application des règles d'hygiène par le personnel ;

- l'existence et la mise en application des spécifications des matières premières ;
- l'application des recettes et le respect des spécifications clients concernant les produits finis ;
- l'identification des sources et la prévention des corps étrangers ;
- le système de traçabilité ;
- la planification des audits internes ;
- les procédures de retrait et de rappel ;
- la mise en œuvre d'actions correctives suite à des non-conformités.

Situation et niveau de développement des démarches

1. Situation des démarche

En 2011, « IFS est présent dans 90 pays. 190 enseignes font confiance au référentiel IFS. 12 000 fournisseurs utilisent l'IFS. Neuf des dix plus importants distributeurs alimentaires européens utilisent l'IFS et travaillent en collaboration avec les experts du monde entier à son évolution. Leur chiffre d'affaires net s'élève à 364,72 milliards d'euros (565 milliards de dollars US). La décision plus récente de Walmart, premier distributeur mondial, d'utiliser l'IFS prouve l'acceptation non seulement européenne mais également internationale de l'IFS » [42]. BRC est aussi utilisé dans le monde entier.

2. Points forts

En plus de certifier un système de management de la qualité dans l'entreprise et de satisfaire l'ensemble des exigences réglementaires, la certification ouvre des marchés (grandes distributions européennes). Pour les opérateurs, il permet de fournir la preuve de ces engagements en cas d'incident sanitaire et offre un moyen de se défendre dans le cadre du concept « due diligence⁴² ».

3. Points faibles

La certification peut être coûteuse notamment sur les investissements nécessaires à la mise en conformité. Ces référentiels étant de facto obligatoires sur certains marchés peuvent exclure certains opérateurs économiques, notamment ceux de petite taille.

BRC et IFS dans l'Océan Indien

Dans la zone, des exportateurs et/ou transformateurs ont mis en place des démarches IFS ou BRC pour atteindre des marchés (Union Européenne, grande et moyenne surface, etc.). Parmi ces opérateurs, nous pouvons noter les exemples d'une usine fabriquant, entre autre, du poivre vert en conserve, une usine fabriquant des conserves de thon, une usine de crevette, un entrepôt pour grande surface, une entreprise d'abattage et de transformation du poulet, une usine de raffinage et conditionnement d'huile alimentaire et une entreprise d'usinage et conditionnement de riz et de légumes secs.

Les difficultés évoquées concernant les référentiels IFS et BC sont la mise en conformité qui peut avoir un coût important lorsque des investissements sont nécessaires (détecteur de métal, capacité d'analyse, etc.) et le coût de la certification.

⁴² Capacité à pouvoir démontrer que toutes les mesures raisonnablement envisageables ont été prises pour éviter l'occurrence d'un incident.

CHAPITRE 5 : AGRICULTURE RAISONNÉE

Type de démarche

L'agriculture raisonnée est une démarche française. Elle correspond à des démarches globales de gestion d'exploitation qui visent, au-delà du respect de la réglementation, à renforcer les impacts positifs des pratiques agricoles sur l'environnement et à en réduire les effets négatifs, sans remettre en cause la rentabilité économique des exploitations.

La certification agriculture raisonnée est une procédure qui permet d'attester qu'une exploitation satisfait aux exigences contenues dans le référentiel national de l'agriculture raisonnée (voir par ailleurs les recommandations du plan de contrôle agriculture raisonnée). Elle est reconnue par la loi française, avec la parution de décrets et arrêtés publiés au journal officiel.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

Dans le cadre de ses stratégies de différenciation, la grande distribution française a largement utilisé le concept d'agriculture raisonnée comme véritable outil de marketing et de communication, alors même que ce concept n'était ni défini ni protégé. La profession agricole s'est inquiétée de cet emploi à des fins marketing, appuyé sur des cahiers des charges n'ayant pas de réelles bases agronomiques et elle a estimé que la maîtrise du concept agriculture raisonnée devrait lui revenir [44].

La profession agricole a donc souhaité reprendre l'initiative dans le développement de cette démarche en travaillant à l'élaboration du socle de l'agriculture raisonnée et de son système de fiabilité en demandant aux pouvoirs publics de protéger cette démarche. Les objectifs et principes défendus sont alors définis [44] :

- le socle de l'agriculture raisonnée vise l'ensemble des activités de l'exploitation agricole ;
- il doit être accessible dans des délais rapides au plus grand nombre d'agriculteurs, quels que soient leurs productions et leurs terroirs. Il repose sur une démarche volontaire et source de progrès ;
- il garantira l'application de bonnes pratiques agricoles avec un souci marqué de simplification et de mise en cohérence des procédures d'enregistrement auxquelles sont déjà soumis les agriculteurs ;
- le socle de l'agriculture raisonnée doit permettre aux agriculteurs de sécuriser leurs débouchés en faisant prévaloir la transparence des pratiques et la prise en compte de leur impact sur l'environnement. Il est complémentaire et non concurrent des signes officiels de qualité et d'origine ;
- le socle de l'agriculture raisonnée doit bénéficier d'une sécurité juridique tant sur sa définition que sur l'usage de ses mentions valorisantes s'y rapportant.

Dans le rapport Paillot [45] commandé par le ministre de l'agriculture et de la pêche français concernant l'agriculture raisonnée, il est mentionné que l'agriculture raisonnée doit concilier trois objectifs : assurer le revenu des agriculteurs, garantir la qualité sanitaire des produits, agir positivement sur l'environnement, ce

dernier constituant la spécificité de l'agriculture raisonnée. Il est souligné que si la démarche n'est pas source de valeur ajoutée, elle présente néanmoins de nombreux avantages : (i) la reconquête de l'image du métier d'agriculteur ; (ii) une justification des soutiens publics et (iii) une meilleure articulation avec l'aval.

2. Objectifs actuels

Pour les organismes professionnels agricoles, l'objectif poursuivi est de faire en sorte que la démarche agriculture raisonnée soit un outil de développement, qui permette, dans une première étape, à l'agriculteur de s'approprier des obligations réglementaires, en les intégrant dans une démarche plus globale de gestion de son exploitation et de qualifier ensuite son exploitation. La démarche agriculture raisonnée reste une démarche volontaire, devant permettre à l'agriculteur d'anticiper sur l'évolution des réglementations. C'est une démarche de développement, basée sur une obligation de moyens [46].

3. Objectifs observés

La qualification en agriculture raisonnée aide à l'organisation de l'exploitation grâce à la gestion documentaire, les enregistrements et la traçabilité des pratiques. Les différentes parties du référentiel touchent à tous les aspects du métier d'exploitant : technique, gestionnaire, commercial, gestion des ressources humaines. C'est un outil de pilotage global de l'exploitation qui permet une gestion systémique. Le référentiel offre aussi un cadre de travail pour l'exploitant et son environnement technique. Ainsi, le suivi phytosanitaire, de fertilisation et d'irrigation pour les uns, ou le suivi animal, vétérinaire et d'épandage pour les autres sont autant d'outils d'aide à la décision pour orienter les choix techniques au regard d'un historique formalisé. Ils alimentent le pilotage stratégique de l'exploitation en permettant une gestion économique grâce à une meilleure visibilité des coûts de production. Enfin, ces suivis offrent au conseiller technique des éléments concrets de réflexion et de discussion autour des problématiques réelles de l'exploitant [47].

A travers ces éléments, l'agriculture raisonnée est perçue comme un outil de progrès et de professionnalisation des exploitations. C'est une aide à la gestion globale de l'exploitation et au respect des exigences réglementaires qui permet de formaliser les bonnes pratiques. Les professionnels qualifiés sont donc en mesure d'apporter la preuve de l'application de ces bonnes pratiques et peuvent ainsi se différencier sur les marchés professionnels. La qualification en agriculture raisonnée peut donc être un moyen de différenciation commerciale sur un marché interprofessionnel (business to business). Dans certains cas, elle peut devenir un droit d'accès au marché lorsque les acheteurs exigent des garanties sur les méthodes de travail (traçabilité, bonnes pratiques, bonne gestion) [47].

Enfin, en apportant ce socle de base pour la bonne gestion de l'exploitation, l'agriculture raisonnée facilite l'accès à d'autres démarches sur les modes de production (conversion de certains ateliers en agriculture biologique) ou sur la qualité produit (label rouge, IGP...) [47].

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

Le référentiel national de l'agriculture raisonnée a été initialement rédigé par le CSO (Conseil supérieur

d'orientation de l'économie agricole comprenant les ministères de l'agriculture, de l'environnement et des finances, la profession agricole, la distribution, la transformation et les associations de consommateurs et de protection de l'environnement). Le 4 mars 2003 a été mise en place la CNAR au niveau national (Commission nationale de l'agriculture raisonnée et de la qualification des exploitations) [48]. Cette commission, composée de 34 membres, doit étudier les projets de modification du référentiel, agréer les organismes certificateurs et contrôler le fonctionnement du dispositif. La CNAR est composée de deux sections : l'une en charge du référentiel de l'agriculture raisonnée (SER) et l'autre en charge du domaine de l'agrément des organismes certificateurs (SOC).

Créé pour faire connaître et promouvoir l'agriculture raisonnée, FARRE est un forum interprofessionnel au sein duquel chacun peut poser ses questions, proposer des réponses, partager des expériences. L'association nationale FARRE est ouverte aux organisations, entreprises et personnes physiques. Elle compte en 2011 près de 1000 membres, issus d'horizons divers : organismes du monde agricole et agro-alimentaire, environnemental, de la santé humaine et animale, entreprises de l'amont et de l'aval de l'agriculture et bien sûr des agriculteurs [48]. Dans les départements et régions de France, des comités ou des associations FARRE se constituent, et mettent en place des réseaux de fermes de rencontre FARRE.

2. Procédure de demande

La décision de demander la qualification appartient à l'agriculteur. Pour obtenir la qualification de l'exploitation, un audit de l'exploitation doit être réalisé par un auditeur d'un organisme certificateur, qui atteste que l'exploitation satisfait aux exigences du référentiel de l'agriculture raisonnée. Cette qualification est attribuée pour une durée de cinq ans si les résultats de l'audit montrent que l'agriculteur met en œuvre l'ensemble des exigences préalables du référentiel et que celui-ci s'engage à mettre en œuvre les engagements dans des délais déterminés. Pendant cette période de cinq ans, un contrôle sera réalisé sur les exploitations certifiées.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

La qualification est valable 5 ans. Pendant cette période, un audit de surveillance doit être réalisé par l'organisme certificateur. Cet audit de surveillance permet de vérifier que l'exploitation ne s'écarte pas du référentiel suite à l'audit initial. Si des écarts sont constatés et non corrigés, le comité de qualification peut décider la suspension temporaire, voire la suppression de la qualification. A l'issue des 5 ans, l'exploitant demande son renouvellement, s'il le souhaite. A tout moment, l'exploitant est libre de renoncer à la qualification en informant l'organisme certificateur. Il ne peut plus dès lors communiquer sur la qualification.

Cahier des charges de la démarche

Le référentiel national de l'agriculture raisonnée a fait l'objet d'un premier arrêté du 30 avril 2002 et publié au Journal Officiel du 4 mai 2002 [49]. Il a par la suite fait l'objet d'arrêtés modificatifs en date du 20 avril 2005 (publié au Journal Officiel du 28 mai 2005) [50] et du 5 février 2007 (publié au Journal Officiel du 14 février 2007) [51]. Chaque chapitre du référentiel comprend les principes généraux et les exigences nationales.

1. Connaissance de l'exploitation et de son environnement
2. Traçabilité des pratiques
3. Santé et sécurité au travail

4. Gestion des sols
5. Fertilisation minérale et organique
6. Protection des cultures
7. Irrigation
8. Identification des animaux et des produits
9. Santé des animaux
10. Alimentation des animaux
11. Bien-être des animaux
12. Hygiène
13. Gestion des déchets de l'exploitation
14. Paysages et biodiversité

Le référentiel porte sur le respect de l'environnement, la maîtrise des risques sanitaires, la santé et la sécurité au travail et le bien-être des animaux. Ses exigences concernent notamment [48] :

- l'accès de l'exploitant et de ses salariés à l'information et la formation nécessaires à la conduite de l'exploitation agricole ;
- la mise en œuvre d'un système d'enregistrement et de suivi des opérations effectuées et des produits utilisés pour les besoins des cultures et des animaux ;
- la maîtrise des intrants agricoles ainsi que des effluents et des déchets produits par l'exploitation ;
- l'usage justifié de moyens appropriés de protection des cultures et de la santé des animaux de l'exploitation ;
- l'équilibre de la fertilisation des cultures ;
- la mise en œuvre de pratiques culturales permettant la préservation des sols et limitant les risques de pollution ;
- la participation à une gestion économe et équilibrée des ressources en eau ;
- la prise en compte de règles dans les domaines de la sécurité sanitaire et de l'hygiène ;
- la prise en compte des besoins des animaux en matière d'alimentation et de bien-être ;
- la contribution de l'exploitation à la protection des paysages et de la diversité biologique.

Le référentiel comprend des exigences nationales applicables sur l'ensemble du territoire [49, 50] et est complété par des exigences territoriales propres à des zones géographiques en fonction de leurs enjeux environnementaux prioritaires pour 6 régions : Centre, Ile-de-France, Nord-Pas de Calais, Pays de Loire, Picardie, Poitou-Charentes [50].

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Cadre de la démarche à La Réunion

Dans le référentiel, il n'y a pas d'exigences territoriales concernant La Réunion. A La Réunion, sous demande de l'exploitant, l'organisme certificateur OCTROI audite les exploitations pour la qualification en agriculture raisonnée. Le rapport d'audit est ensuite soumis au comité de qualification d'Octroi pour validation. Farre Réunion propose un accompagnement pour la préparation à l'audit notamment au travers d'audits blancs.

2. Emergence de la démarche agriculture raisonnée à La Réunion

La dynamique a été initiée dans les années 2000 autour du marché de gros de St Pierre avec le constat d'un manque de structuration de la filière fruits et légumes de La Réunion et en réponse aux questionnements environnementaux sur la production agricole. Suite à une visite du réseau de fermes Farre en métropole, un groupe d'acteurs de la profession décide de mettre en place le réseau à La Réunion. L'aspect global de la démarche et l'organisation en réseau technique répondaient alors aux besoins des professionnels réunionnais. Le référentiel permettait de prendre en compte à la fois la dimension économique, technique, environnementale et règlementaire de l'exploitation agricole.

Le réseau Farre Réunion est créé en 2000. Le référentiel n'étant pas encore validé au niveau national au début des années 2000, ce n'est qu'à partir de 2005 que les premières exploitations sont qualifiées par l'organisme certificateur local : OCTROI.

3. Situation actuelle de la démarche

L'agriculture raisonnée connaît une forte progression depuis son commencement en 2005. Depuis 2008, entre 40 et 45 exploitations sont qualifiées par an [52]. Les premières exploitations sont en phase de renouvellement (tous les 5 ans). Le taux de renouvellement est très bon puisque la seule exploitation n'ayant pas été renouvelée est une exploitation qui s'est convertie en agriculture biologique. L'agriculture raisonnée semble une passerelle intéressante vers l'agriculture biologique : la majorité des demandes AB étaient qualifiées agriculture raisonnée.

Tableau 2 : Nombre total d'exploitations qualifiées agriculture raisonnée à La Réunion par an de 2005 à 2010 [52].

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nombre d'exploitations qualifiées	5	5	22	40	85	127

En décembre 2010 ce sont 127 exploitations réunionnaises qui sont qualifiées. Farre Réunion soutient le développement de la démarche au travers d'un programme d'objectifs qui fixe les priorités et en œuvrant à la promotion et diffusion du référentiel dans l'île [53]. Les exploitations en agriculture raisonnée sont majoritairement dans le secteur fruits et légumes. Très peu sont en élevage. Les exploitations qualifiées sont pour la plupart dans une stratégie de diversification végétale. Aucune exploitation monoculture n'a été recensée en agriculture raisonnée. La très grande majorité des exploitations qualifiées adhèrent à une organisation de producteurs. Les coopératives agricoles affichent alors la volonté de certifier l'ensemble de leurs adhérents à l'horizon 2012.

Le réseau Farre Réunion travaille sur des approches alternatives permettant de réduire l'utilisation des intrants chimiques, aussi bien sur les produits phytosanitaires que sur les engrais : aménagement des abords de parcelles pour favoriser la biodiversité auxiliaire, la technique du compostage, l'utilisation du compost de déchets verts... Farre Réunion conçoit également des supports de communication pour la valorisation de la qualification agriculture raisonnée pour les agriculteurs.

Avantages et inconvénients de la démarche

1. Avantages

La démarche est perçue comme un outil de progrès qui apporte un cadre de travail et un socle de base pour l'exploitation. Au niveau technique, elle permet de formaliser les bonnes pratiques agricoles déjà mises en œuvre dans les exploitations et d'apporter la preuve de leur application. La démarche a permis une mise à niveau règlementaire des exploitations engagées dans la qualification en permettant la prise de conscience des exploitants de l'inversion des responsabilités dictée par la réglementation européenne (Règlement (CE) n° 178/2002 du Parlement européen et du Conseil du 28 janvier 2002) [54].

La démarche avec son approche globale et le respect des bonnes pratiques facilite le passage pour d'autres démarches (produits avec les signes officiels d'origine et de qualité ou vers l'agriculture biologique). Au niveau de la commercialisation, l'agriculture raisonnée ne permet pas de vendre plus cher mais peut donner un droit d'accès à certains marchés. Si un acheteur a le choix entre un produit issu de l'agriculture raisonnée et un autre produit qui n'est pas inscrit dans une démarche, au même prix la préférence devrait se porter naturellement sur le produit issu de l'agriculture raisonnée. La démarche semble donc un moyen de différenciation dans les transactions entre professionnels (B to B). Il apporte une garantie et des preuves sur la traçabilité, la façon de travailler du fournisseur, sur l'application de bonnes pratiques agricoles.

Les responsables de grandes et moyennes surfaces marquent aussi leur intérêt sur les garanties qu'apporte la démarche. Une communication directe au consommateur jusqu'à présent timide voit le jour. Des exemples de légumes vendus par des coopératives de l'île portant la mention « ... issu d'exploitation qualifiée au titre de l'agriculture raisonnée » ont été recensés. Concernant les réflexions sur l'approvisionnement des restaurations collectives de l'île par les produits locaux, l'agriculture raisonnée est de facto bien positionnée car ce sont les organisations de producteurs qui seront dans un futur proche les plus à même de répondre à cette demande.

2. Inconvénients

Souvent évoquée, l'absence de logo pour identifier les produits issus de l'agriculture raisonnée fait débat. Certains acteurs aimeraient une différenciation commerciale avec une meilleure identification pour le consommateur. Seul un logo permet cette reconnaissance visuelle. Le visuel unique pour tous les opérateurs désireux de communiquer sur la qualification de leur production est nécessaire pour que les consommateurs ne soient pas perdus devant la multiplication éventuelle des affichages présentant la qualification agriculture raisonnée [53].

Un logo a été créé par Farre Réunion et déposé à l'institut national de la propriété intellectuelle (INPI) fin 2008. Ce visuel d'identification des produits issus d'exploitations qualifiées au titre de l'agriculture raisonnée à La Réunion se présente sous la forme de sticker [53]. La coopérative Fruits de La Réunion a signé une convention d'utilisation de ce visuel pour l'export de mangues vers la métropole en fin d'année 2009 et début 2010. Ce sticker a également été apposé sur des mangues lors de la manifestation LÉO dan lé Ba au jardin de l'Etat vendus sur le stand de l'AROP-FL. En 2010, la SCEA les Fromentales a intégré ce visuel à ses nouvelles étiquettes (barquettes de pleurotes) [53].

3. Agriculture raisonnée et HVE

Le lancement de la démarche HVE (haute valeur environnementale) en 2012 pose des questions sur l'avenir de l'agriculture raisonnée. Néanmoins, les 2 dispositifs cohabiteront pendant au moins 2 ans. Un basculement automatique des exploitations qualifiées au titre de l'agriculture raisonnée vers HVE au niveau 2 (sur 3 niveaux) est prévu. Des interrogations demeurent sur l'adaptation localement des indicateurs du niveau 3 (plus haut niveau) (cf. chapitre 7 de cette partie).

Contacts à La Réunion

Farre Réunion
Pôle de Protection des Plantes
7 chemin de l'Irat
97410 SAINT-PIERRE
Tél/FAX : 0262 49 92 86
Courriel : farre.run@wanadoo.fr

L'agriculture raisonnée en Europe = EISA European Initiative for Sustainable Development in Agriculture



Des réflexions concernant une démarche globale en Europe similaire à l'agriculture raisonnée en France ont été menées autour de l'EISA. L'EISA permet à l'image du réseau Farre de mettre en réseau les personnes de l'agriculture raisonnée en Europe. De plus, le besoin d'une démarche globale en Europe est apparu face aux différentes initiatives qui existaient dans les pays. Entre autres, l'intérêt d'une telle démarche est la reconnaissance des opérateurs engagés en agriculture raisonnée sur les marchés à l'export entre les différents pays européens [55]. EISA (initiative européenne pour le développement durable de l'agriculture) a été fondée dans le but commun de développer et de promouvoir l'agriculture raisonnée dans l'ensemble de l'Europe. EISA regroupe 7 pays européens : la France, le Luxembourg, le Royaume uni, la Suède, l'Autriche, la Hongrie et l'Allemagne.

«L'integrated farming» est un système qui aide les agriculteurs à améliorer la manière dont ils gèrent leur exploitation pour le bénéfice de l'environnement, la rentabilité de leurs affaires et la responsabilité sociale. Les membres d'EISA aident également à créer une meilleure compréhension par le public de l'agriculture par un réseau des fermes modèles.

Les membres d'EISA travaillent actuellement à la rédaction d'un cahier des charges européen destiné à servir d'outil pédagogique pour expliquer aux décideurs européens l'utilité de la généralisation de l'agriculture raisonnée dans l'ensemble de l'Union. EISA travaille en collaboration avec l'ensemble des partenaires en ayant comme objectif d'arriver à une responsabilité et une prise de décision partagée pour l'action collective afin de promouvoir les avantages et les principes de l'agriculture raisonnée.

CHAPITRE 6 : CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE DES EXPLOITATIONS AGRICOLES

Type de démarche

La certification environnementale des exploitations agricoles répond au besoin exprimé lors du Grenelle de l'environnement d'identifier les exploitations engagées dans des démarches particulièrement respectueuses de l'environnement. La certification environnementale porte uniquement sur les aspects environnementaux. Elle concerne les thématiques : biodiversité, stratégie phytosanitaire, gestion des engrais, gestion de la ressource en eau. Il s'agit de construire un dispositif de certification environnementale globale de l'ensemble de l'exploitation, applicable à tous les systèmes de production. Elle est conçue selon une logique de certification progressive par niveaux de l'ensemble de l'exploitation agricole. Le dispositif s'articule ainsi selon 3 niveaux.

Objectifs de la démarche

Lors de la rédaction de ce rapport, la démarche était trop récente pour prendre du recul sur ses différents objectifs [56]. Nous présentons ici les objectifs qui ont initiés la création et la construction de la démarche.

Le projet de loi de programmation relatif à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement, dit projet de loi « Grenelle I », prévoit « de développer une démarche de certification environnementale des exploitations agricoles afin que 50% des exploitations agricoles puissent y être largement engagées en 2012 » [57]. Le groupe de travail dédié à la certification environnementale des exploitations agricoles COMOP (comité opérationnel) de 2007 à 2009 avait pour mission la construction du dispositif de certification autour des principes suivants :

- démarche participative ;
- simplicité et lisibilité du dispositif ;
- reconnaissance des démarches existantes ;
- progressivité de la certification.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

La loi « Grenelle 2 » du 1er juillet 2010 [58] a inscrit dans le code rural et de la pêche maritime le principe de la certification environnementale. Elle a également créé une mention valorisante pour les produits, transformés ou non, issus d'une exploitation certifiée de Haute Valeur Environnementale gérée par décret [56] [59]. Le dispositif a été élaboré par un comité opérationnel (COMOP) rassemblant l'ensemble des acteurs intéressés à savoir la profession agricole, les organisations de défense de l'environnement, les organisations de consommateurs, les représentants de l'aval (industriels, distributeurs) et les administrations concernées.

Pour suivre la mise en œuvre du dispositif, une Commission nationale de certification environnementale (CNCE) a été créée. Elle est composée de représentants de l'Etat, des syndicats agricoles, d'associations agréées pour la protection de l'environnement, de l'industrie agro-alimentaire, de la distribution et d'organisations de consommateurs. La CNCE a notamment défini les plans de contrôle définissant le cadre précis permettant la certification des exploitations agricoles pour chacun des niveaux du dispositif.

2. Procédure de demande

Les différentes procédures de certification sont détaillées dans le document disponible sur le site du ministère de l'agriculture français [60]. Le passage par le niveau 1 sera obligatoire pour atteindre les niveaux 2 ou 3. Le passage direct du niveau 1 au niveau 3 est possible. La liste des organismes certificateurs agréés au titre de la certification environnementale figure sur le site Internet du ministère de l'agriculture⁴³ [61].

a. Niveau 1

Il correspond au respect des exigences environnementales de la conditionnalité. Ce dispositif prévoit que le versement de certaines aides communautaires à l'exploitant est soumis au respect d'exigences en matière d'environnement, de bonnes conditions agricoles et environnementales (BCAE), de santé publique, santé des animaux et des végétaux et de protection animale. À cette exigence initiale, s'ajoute la nécessité pour l'exploitant de réaliser une évaluation de l'exploitation au regard du référentiel du niveau 2 ou des indicateurs du niveau 3.

Un exploitant souhaitant entrer dans la démarche de certification environnementale au niveau 1 et préalablement à la certification des niveaux 2 ou 3, doit réaliser par auto-diagnostic un bilan initial sur les thématiques environnementales de la conditionnalité. Ce bilan est vérifié par un organisme de conseil habilité dans le cadre du SCA. L'exploitant effectue également un auto-diagnostic portant sur les niveaux 2 et 3, afin de lui permettre de se positionner.

b. Niveau 2

Il traduit le respect d'un référentiel comportant 16 exigences, efficaces pour l'environnement, et conçues pour pouvoir s'intégrer de manière pertinente dans la gestion quotidienne de l'exploitation. Ce référentiel permet de mettre en œuvre sur l'exploitation des axes de progression environnementale et notamment les moyens de raisonner les apports et de limiter les fuites accidentelles dans le milieu. A ce niveau, la certification peut être gérée dans un cadre collectif. Les démarches existantes (agriculture raisonnée, charte filière...) peuvent être reconnues selon un double principe d'équivalence : équivalence des exigences et équivalence du dispositif de contrôle.

De manière individuelle, l'exploitant fait une demande auprès d'un organisme certificateur accompagnée du bilan « conditionnalité » et de l'évaluation de l'exploitation au regard du niveau 2 (réalisés au titre du niveau 1 de la certification environnementale). L'organisme certificateur effectue une évaluation technique initiale. L'évaluation se fait conformément au plan de contrôle du niveau 2 disponible sur le site internet du ministère de l'agriculture⁴⁴ [62]. Les résultats sont transmis au producteur qui fait alors une proposition d'actions

43 <http://agriculture.gouv.fr/exploitations-agricoles>

44 http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/doc1-plan_controle_niveau2V1_CNCE_25_10_2011.pdf

correctives et de délais de mise en œuvre si des écarts majeurs ou mineurs ont été mis en évidence lors de l'évaluation. Après validation des actions correctives, l'organisme certificateur délivre le certificat.

De manière collective, c'est la structure collective qui effectue un contrôle interne des exploitations souhaitant s'engager dans la démarche, puis fait la demande de certification à l'organisme certificateur. L'évaluation se fait conformément au plan de contrôle du niveau 2 disponible sur le site internet du ministère de l'agriculture [62] et comporte deux volets : évaluation du système de contrôle mis en place par la structure collective et évaluation d'un échantillon d'exploitations. Les résultats sont transmis à la structure collective qui fait alors une proposition d'actions correctives et de délais de mise en œuvre si des écarts majeurs ou mineurs ont été mis en évidence lors de l'évaluation. Après validation des actions correctives, l'organisme certificateur délivre le certificat à la structure collective.

Comment faire si l'exploitation (ou la structure collective) est déjà engagée dans une démarche environnementale ? Au niveau 2 de la certification, les démarches environnementales existantes peuvent être reconnues par arrêté du ministère de l'agriculture selon un principe de double équivalence : équivalence des exigences et équivalence du système de contrôle. La liste des démarches reconnues figure sur le site internet du ministère de l'agriculture⁴⁵ [61]. Si la démarche reconnue bénéficie d'une reconnaissance totale, il n'y a aucune démarche supplémentaire à accomplir. Les exploitations qualifiées au titre de la démarche reconnue sont réputées avoir obtenu la certification environnementale de niveau 2 (exemple avec l'agriculture raisonnée). Si la démarche reconnue bénéficie d'une reconnaissance partielle, pour obtenir le niveau 2 de la certification environnementale, l'exploitation de l'agriculteur doit répondre non seulement aux exigences de la démarche visée par la reconnaissance partielle mais également aux exigences du référentiel du niveau 2 non couvertes par le champ de la reconnaissance partielle. L'agriculteur ou la structure collective doit contacter l'un des organismes certificateurs agréés.

c. Niveau 3

Ce niveau est qualifié de «haute valeur environnementale» (HVE), est fondé sur une obligation de résultats. Afin de tenir compte de la diversité des filières, des territoires et des enjeux environnementaux correspondant, le niveau 3 (haute valeur environnementale) se présente sous la forme de deux options alternatives, laissées au choix de l'exploitant et reflétant un niveau d'exigences équivalent : option A : approche thématique et option B : approche globale.

L'exploitant doit respecter l'ensemble des critères pour l'option choisie pendant toute la durée de validité de la certification (3 ans). Il ne pourra, le cas échéant, changer d'option qu'à l'occasion du renouvellement de sa certification. De manière individuelle ou collective, la certification suit les mêmes procédures que pour le niveau 2 suivant le plan de niveau 3 option A⁴⁶ [63] ou B⁴⁷ [64].

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Le certificat délivré a une validité de 3 ans. On distingue trois types d'évaluation tout au long du cycle de certification: (i) l'évaluation technique initiale qui permet d'obtenir, le cas échéant, la certification, (ii) l'évaluation technique de suivi, qui permet à l'organisme certificateur de vérifier le respect des exigences au cours

45 <http://agriculture.gouv.fr/exploitations-agricoles>.

46 http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/plan_controle_niveau3AV2_CNCE_19_02_2013_cle01a7a4.pdf

47 http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/doc4-_plan_controle_niveau3BV1_CNCE_25_10_2011.pdf

du cycle de certification et (iii) l'évaluation technique de renouvellement pour les exploitants qui souhaitent prolonger leur engagement dans la certification à l'issue du cycle de 3 ans.

Dans le cadre d'une certification gérée dans un cadre collectif, deux niveaux de surveillance seraient imposés. Un niveau de surveillance interne réalisé par la structure intermédiaire qui effectue des contrôles auprès de ses producteurs. Un niveau de surveillance externe réalisé par un organisme accrédité qui contrôle le système de surveillance interne mis en place par le groupement de producteurs et qui réalise, par échantillonnage, des contrôles auprès d'agriculteurs.

Cahier des charges de la démarche

Le référentiel de la certification environnementale des exploitations agricoles comporte 16 grandes exigences rassemblées autour des quatre thématiques : biodiversité, stratégie phytosanitaire, gestion de la fertilisation et gestion de la ressource en eau. Le référentiel permet également l'évaluation des démarches existantes par comparaison des exigences environnementales respectives.

Situation et niveau de développement de la démarche

Le dernier décret concernant l'application de la démarche a été publié en décembre 2011. A la date de rédaction de ce rapport, nous ne pouvons pas apporter d'informations sur sa mise en place. Elle est en attente d'application à La Réunion.



CHAPITRE 7 : AGRICONFIANCE®

Type de démarche



La démarche Agri Confiance® est une démarche des professionnels français. Elle engage à la fois les producteurs agricoles, l'entreprise coopérative de collecte et son entité industrielle. Elle couvre donc l'ensemble de la chaîne de production et permet ainsi la traçabilité complète des produits alimentaires, en identifiant toutes les étapes de la production des produits : de la parcelle ou du bâtiment d'élevage jusqu'à la transformation du produit [65].

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

Les entreprises de l'agroalimentaire ont besoin d'une politique qualité produit pour satisfaire les attentes des acheteurs (distribution, grossistes, industries de transformation). Les acheteurs ont des exigences de plus en plus fortes sur : les délais, les coûts, les capacités de production, des garanties concernant les conditions de production, etc. En résumé, des exigences portant sur l'ensemble des processus de ces entreprises permettant de satisfaire leurs attentes.

Depuis 1987, les processus des entreprises peuvent être certifiés par des organismes certificateurs de système selon le référentiel ISO 9001. En 1992, la confédération française de la coopération agricole (CFA) élabore le référentiel Agri Confiance® qui permet de prendre en compte les relations spécifiques adhérent-coopérative. L'adhérent étant : fournisseur (il apporte sa production) ; client (il reçoit du conseil technique, des intrants,...) et décideur (il apporte son capital social et nomme les administrateurs). Ce référentiel connaît son véritable essor suite aux crises sanitaires (encéphalite spongiforme bovine ESB, dioxine, OGM...). La démarche permet d'apporter des garanties à l'acheteur sur la traçabilité et sur la sécurité alimentaire.

En février 2000, la CFA décide de normaliser le référentiel Agri Confiance® qui devient la norme NF V 01-005 « système de management de la qualité des activités agricoles ». En 2002 est créée l'association Agri Confiance® qui a pour objectif de faire connaître au consommateur la signature Agri Confiance®. En engageant tous les intervenants de la chaîne de production, de l'agriculteur à l'entreprise de transformation, la signature Agri Confiance® répond concrètement aux demandes de traçabilité, de transparence, de sécurité des aliments et de respect de l'environnement demandées par les consommateurs. Elle place l'organisation des agriculteurs en coopérative au centre de la communication.

En 2000, le projet d'extension d'Agri Confiance® qualité à l'environnement a pour ambition de créer un nouveau référentiel basé sur la norme NF V01-005 et ISO 14001. Le référentiel est normalisé en norme AFNOR NF V01-007 en 2004. La norme reprend dans son intégralité le texte de la norme NF V01-005 avec des exigences complémentaires sur la maîtrise de l'environnement [66].

2. Objectifs actuels

La signature Agri Confiance® fédère des coopératives agricoles qui ont entrepris une démarche d'organi-

sation, de contrôle et d'amélioration continue de la qualité de leur système de production pour les produits issus de l'agriculture française. Agri Confiance® engage tous les acteurs des filières de production à une démarche de progrès pour prendre en compte les nouvelles attentes des consommateurs. Avec Agri Confiance®, les coopératives agricoles françaises s'engagent également dans le développement d'une agriculture plus respectueuse de l'environnement. Pour les producteurs et les coopératives certifiées selon la norme NF V 01-007, le choix et l'utilisation des intrants (engrais et phytosanitaires), la gestion des déchets, la maîtrise des ressources naturelles (eau, énergie, sols, biodiversité) font l'objet d'engagements précis et planifiés.

La prise en compte du management environnemental devient ainsi un nouvel enjeu pour la pérennité des exploitations agricoles. Celle-ci permet de prolonger vers l'amont agricole le système de management environnemental ISO 14 001 appliqué à la transformation, au conditionnement et à la distribution. Cette nouvelle norme offre un outil de management global de la qualité et de l'environnement qui permet d'aller dans le sens des politiques agricoles régionales, nationales et européennes : une agriculture performante, économiquement viable et respectueuse de l'environnement [65].

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

L'association Agri Confiance® créée en 2002, réunit les entreprises coopératives agricoles et agroalimentaires françaises certifiées qui souhaitent communiquer leur savoir-faire auprès du consommateur. Elle s'est donnée pour mission la gestion et le contrôle de la signature Agri Confiance®, dont elle concède l'utilisation aux entreprises certifiées et adhérentes.

La forte dynamique lancée en 2006 par l'association se traduit par un nombre croissant d'entreprises coopératives qui s'engage avec la signature Agri Confiance® sur leurs produits commercialisés. Ainsi, l'année 2011 affiche de nombreux produits signés Agri Confiance® dans les linéaires [65].

2. Procédure de la demande

Chaque intervenant de la filière (agriculteur, coopérative et sa filiale industrielle) doit se conformer au règlement de marque défini par l'association Agri confiance® pour pouvoir utiliser cette signature. Ces exigences imposent entre autre que soient certifiées l'activité de production (NF V01-005 et NF V01-007) et l'activité de transformation (ISO 9001, ISO 22 000, IFS, BRC). Les garanties Agri Confiance® couvrent ainsi l'ensemble du processus de production, du champ au produit fini. Ce système de management de la qualité et de l'environnement repose sur des relations contractuelles formalisées par écrit à l'interface entre les producteurs et la structure organisée de production agricole (notion de contrat d'engagements réciproques), et sur le respect des exigences contenues dans la présente norme.

La mise en place de ce système de management permet de consolider les relations mutuellement bénéfiques entre les producteurs et la structure organisée de production agricole notamment par un renforcement de la confiance réciproque [65].

3. Dispositif de contrôle et surveillance

La certification de management est délivrée pour 3 ans et complétée par des audits annuels rigoureux as-

surés par des organismes certificateurs, accrédités COFRAC, officiels et indépendants qui garantissent la continuité des exigences de la démarche. Lors de ces contrôles, agriculteurs, techniciens et dirigeants sont audités.

Cahier des charges de la démarche

La signature Agri Confiance® permet d'intégrer dans un même outil l'ensemble des attentes du marché et les exigences du consommateur. La formalisation des cahiers des charges, autant internes qu'externes, structure l'offre et la performance des entreprises coopératives au service des clients. **Spécifiques de l'amont agricole**, les deux normes NF V01-005 et NF V01-007 sont proches et reposent sur la maîtrise des engagements réciproques entre les agriculteurs et la structure organisée de production agricole (SOPA). L'approche collective est mise en avant et les coopératives y adhèrent volontairement. C'est la direction qui montre sa volonté en mettant en avant son engagement au travers de sa politique. Le système qualité et environnement répond à une logique d'amélioration continue illustré par la roue de Deming (voir partie 5 sur les démarches d'efficacité).

Les normes NF V01-005 et NF V01-007 répondent à des principes d'action communs : l'amélioration continue, la prévention et la formation sont les bases de ces normes. Dans ces conditions, les SOPA ayant un management de la qualité opérationnel vont s'en servir pour mettre en place le management de l'environnement. Lorsqu'un système de management de la qualité est fonctionnel, le responsable qualité environnement doit s'en servir pour les sujets suivants : la veille réglementaire ; compléter le plan d'action déjà existant par les actions environnementales ; compléter la procédure de détection des non-conformités, le traitement des actions correctives et préventives par le volet environnemental ; la maîtrise du système documentaire. La norme NF V01-007 est structurée en quatre parties [65] :

1. exigences des clients et aspects environnementaux : écoute client, et analyse environnementale (article 5) ;
2. contrat d'engagements réciproques entre les producteurs et la structure organisée de production agricole (article 6) ;
3. dispositions relatives au management de la qualité et de l'environnement (article 7) ;
4. surveillance, mesure et amélioration (article 8).

Les producteurs s'engagent contractuellement par exemple à [65] : (i) définir, transmettre et conserver les caractéristiques du produit attendu et demandé ; (ii) apporter un suivi technique performant et adapté ; (iii) respecter scrupuleusement les traitements vétérinaires et phytosanitaires ; (iv) organiser une campagne d'analyse des sols ; (v) identifier leurs pratiques culturales (enregistrements sur des fiches de culture, validées par le technicien de la coopérative).

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Situation de la démarche

En 2011, 120 entreprises coopératives ont déjà été certifiées en France, ce qui représente plus de 30 000

exploitations agricoles, 14 filières représentées (céréales, oléagineux, semences, fruits et légumes, pommes à cidre, lait, volailles, palmipèdes gras, lapins, viande bovine) [65].

2. Points forts

Les points forts de la démarche sont qu'elle :

- propose des liens concrets avec le marché (GMS⁴⁸, IAA⁴⁹, RHF⁵⁰) ;
- apporte des réponses concrètes aux attentes de la société civile ;
- est complémentaire avec les normes reconnues (ISO) ;
- concerne toutes filières de production en SOPA (groupe) ;
- permet la fidélisation des adhérents (dynamisme, conseil...) ;
- améliore le management interne de l'entreprise (motivation, dialogue...) ;
- permet la mutualisation des coûts et de la gestion administrative ;
- est une démarche d'amélioration continue.

3. Points faibles

Les points faibles répertoriés sont :

- valorisation insuffisante par les clients ;
- notoriété trop faible dans l'Union Européenne (à développer).

Agri Confiance® à La Réunion

A La Réunion, la filière volaille mène une réflexion sur la certification Agri Confiance® dans le cadre de ses orientations stratégiques [67].

La politique de reconquête du marché local doit s'appuyer sur un effort redoublé pour améliorer les performances techniques de la production locale afin de tenir les engagements vis-à-vis de la population réunionnaise en termes de prix, de qualité et de sécurité des approvisionnements. Ainsi, la profession avicole a pour ambition de poursuivre sa démarche d'amélioration qualitative de sa production par la mise en place de la norme Agri confiance®.

La démarche attire l'attention de la filière car c'est un outil qui permet :

- de prendre en compte les exigences réglementaires applicables à la production ;
- de prendre en compte les exigences des clients acheteurs de la coopérative ;
- de mesurer les impacts environnementaux des productions ;
- de mieux définir la relation coopérative/producteurs ;
- d'engager les éleveurs et la coopérative dans une amélioration continue.

48 Grande et Moyenne Surface

49 Industrie Agro Alimentaire

50 Restauration Hors Foyer

CHAPITRE 8 : PI - PRODUCTION INTÉGRÉE ET PFI – PRODUCTION FRUITIÈRE INTÉGRÉE

Nous présentons ici les grandes lignes de la production intégrée avec l'application au secteur fruit : la production fruitière intégrée. Les applications sont diverses selon les pays, aussi pour plus d'informations à ce sujet des références bibliographiques sont proposées en fin d'ouvrage.

Type de démarche

La production intégrée est un cadre normatif élaboré par la branche européenne de l'organisation internationale de lutte biologique intégrée contre les animaux et plantes nuisibles (OILB-section régionale Ouest-paléarctique), qui en a fixé les principes et les bases techniques dans une série de directives révisées périodiquement. Ces directives font référence au niveau européen et international. Elles sont déclinées par grandes productions.

La production fruitière intégrée est un concept apparu en 1974, énoncé par l'OILB. Cette organisation le définit, en 1997, comme « un système de production économique de fruits de haute qualité donnant la priorité aux méthodes écologiquement plus sûres, minimisant les effets secondaires et l'utilisation de produits agrochimiques, afin d'améliorer la protection de l'environnement et la santé humaine » [68]. Ce concept est apparu suite aux préoccupations grandissantes des consommateurs face à la sécurité alimentaire et aux problèmes environnementaux.

La PFI s'articule autour de 3 piliers principaux : qualité sanitaire du produit, rentabilité économique, et problématique écologique. Pour cela, elle met en place diverses directives, d'ordre écologique (limitation des intrants etc.), législatif (mise en place de règles etc.), ou logistique (développement de la traçabilité etc.). Le contrôle tout le long de la chaîne et la traçabilité des produits apparaissent comme les enjeux les plus importants dans la PFI.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

En 1992, l'OILB définit les principes et les objectifs de la production intégrée («integrated production», «integrated farming»). Elle fixe les bases techniques de son application, de son contrôle et la labellisation des produits. Ce faisant, elle ouvre la possibilité de différenciation sur la base d'une « qualité écologique » [69]. La production intégrée propose à l'époque de sa création une norme de qualité d'un genre nouveau par rapport aux qualifications officiellement reconnues (en France et dans l'Union Européenne), en associant aux objectifs de qualité commerciale des fruits un objectif de qualité écologique de leur système de production.

Les objectifs de la PFI sont de développer des pratiques respectueuses de l'environnement des vergers afin de diminuer les intrants : faune auxiliaire, sélection variétale l'obtention de fruits de qualité, la mise en place

d'une traçabilité du verger à l'expédition et le suivi technique par un conseiller indépendant.

2. Objectifs actuels

La production intégrée garde son cadre et ses objectifs mais son interprétation diffère selon les pays et les parties prenantes.

Ainsi, dans l'exemple de la PFI, les principes renvoient à différentes interprétations du modèle OILB notamment sur la traduction des innovations agronomiques. Voici 4 innovations proposées par la PFI décrites ici [70]:

- Gérer autrement les intrants est un premier ordre d'innovation imputé à l'adoption de la PFI. Cela consiste à passer d'une logique d'intervention systématique à celle d'une adaptation des pratiques à chaque situation. Il est possible de mieux piloter les apports d'intrants en utilisant des indicateurs de pilotage (nitratest, tensiomètres), en observant l'état sanitaire du verger (identification et comptage des ravageurs). Dans cette logique, il s'agit de rendre les intrants plus efficaces au regard des coûts de production et des exigences des clients.
- Reconsidérer les vergers en valorisant des connaissances sur la biologie des arbres. Parallèlement, le développement de recherches sur la biologie de l'arbre fruitier, et notamment de sa variabilité génétique, a été à l'origine d'une remise en question assez fondamentale de la conception classique de contraintes occasionnées par des formes d'arbres particulières. Ce renversement conceptuel conduit à reconsidérer l'intérêt, pour certaines variétés, de porte-greffes. Cette meilleure connaissance de la biologie de l'arbre a aussi conduit à revoir les principes de conduite appliqués à l'arbre une fois implanté en verger.
- Contribuer à de nouveaux systèmes de culture. Ces systèmes résulteraient d'une conduite nouvelle de l'arbre visant à accompagner son développement naturel, couplée à une gestion intégrée des intrants vis-à-vis de leurs effets non intentionnels et de leur efficacité économique. Le rapprochement de ces composantes entraînerait une diminution des facteurs de production (y compris le travail) suite à une meilleure maîtrise quantitative et qualitative de la production.
- Concevoir le verger comme un « agro-écosystème ». Les précédentes évolutions et révolutions dans les concepts relatifs à la conduite des arbres sont cependant en retrait par rapport aux principes de l'OILB : la haie, ses lisières et leurs fonctionnalités écologiques dans l'équilibre du verger sont relativement absentes ; les abeilles sont des externalités positives qui ne servent que pendant la pollinisation. Le verger est conçu comme un « agro-écosystème » en relation étroite avec son environnement non cultivé (haies composites réservoirs d'auxiliaires, surfaces de compensation écologique, rôles des bio-indicateurs) et cultivé (maillages, proximités, intégration dans un réseau de parcelles, localisation, rotation). La biodiversité n'est pas seulement considérée comme un facteur de production « naturel » : elle est aussi une production anthropique, avec des objectifs mesurables, évaluables, voire certifiables dans ce nouveau cadre de référence.

3. Objectifs observés

Aujourd'hui, les objectifs observés pour l'application de la production intégrée diffèrent selon les pays et les opérateurs. La comparaison entre le modèle production intégré français et suisse est à ce titre très intéressante pour comprendre les mécanismes de réussite et d'échec de ces démarches [70, 71].

En suisse, la production intégrée est devenue un standard du marché suisse à côté du label agriculture biologique et concerne 92% de la SAU suisse en 2010 [71]. En France, le modèle de production intégrée a été dilué dans le concept d'agriculture raisonnée.

Cadre de la démarche

Pour chaque secteur, un guide technique de l'OILB donne les directives.

Dans le secteur fruitier, la PFI s'accompagne d'un cahier des charges listant l'ensemble des directives que doivent suivre les producteurs en PFI, de la production à la commercialisation. Ce cahier des charges a pour but de développer les 2 enjeux principaux de la PFI : le contrôle et la traçabilité des produits. Au niveau de la production, doit être garanti l'enregistrement de toutes les actions, qu'elles soient exercées au champ, en récolte, et en conditionnement, ou qu'elles concernent l'importation et l'exportation. De plus, divers contrôles annuels doivent être assurés, qu'ils soient internes à la production ou externes (régionaux ou nationaux).

Situation et niveau de développement de la démarche PFI

1. Situation de la démarche

La situation de développement de la démarche n'est pas au même niveau selon les pays. Peu développée en France, elle fait partie intégrante du dispositif agricole Suisse [71, 72].

2. Points forts

La PFI est reconnue au niveau des grandes enseignes de la distribution européenne, elle est devenue un standard de production en phase avec les exigences des réseaux de commercialisation européens. A titre d'exemple : GlobalPGAP reconnaît les principes de la PFI. La PFI est un élément de communication entre producteurs et acheteurs.

3. Points faibles

Les différentes interprétations des directives de l'OILB et les débats qu'elle suscite peuvent affaiblir la PFI comme cela a été le cas en France.

La démarche dans l'Océan Indien

En France, des filières de production horticole organisées en section nationale proposent des chartes nationales de production PFI. C'est un cahier des charges privé qui peut être contrôlé par un tiers. A La Réunion, un guide sur la production intégrée de mangue a été rédigé par le CIRAD et la Chambre d'Agriculture de La Réunion : le guide sur la production intégrée de mangue à La Réunion [73].

PARTIE 3 : CONFORMITÉ DES PRODUITS À DES RÉFÉRENTIELS OU PROTECTIONS

Il existe des démarches qualité permettant la mise en conformité des produits à des référentiels ou à des protections. Le plus souvent c'est une communication directe au consommateur sur la qualité, la spécificité ou l'origine du produit. Ce sont des démarches de segmentation au niveau du produit. Le consommateur veut pouvoir identifier dans les rayons des magasins des produits :

1. de qualité supérieure aux produits standards ;
2. ou ayant des caractéristiques qui répondent à ses goûts ou à ses attentes.

Pour cela les entreprises mettent en œuvre des démarches qualité construites par l'application de référentiels privés ou à partir de dispositifs réglementés par les Etats ou par une communauté d'Etats (par exemple l'Union Européenne). Ces démarches, certifiées ou contrôlées par des organismes certificateurs, apportent ainsi aux consommateurs des garanties sur l'origine, le mode d'élaboration, les qualités organoleptiques ou la spécificité des produits.

C'est le cas de l'Etat français qui a mis en place un dispositif de signes de qualité qui bénéficient de sa garantie : label rouge, certification de conformité produit, appellation d'origine contrôlée, agriculture biologique. L'état français a fixé les règles d'utilisation de mentions valorisantes : montagne, « fermier », « produit de la ferme » ou « produit à la ferme », « produit pays » et la dénomination « vin de pays ». Ces outils, issus de l'expérience française et originale en Europe, peuvent être utilisés, sous conditions, par des entreprises étrangères hors de France.

Le système de l'Union Européenne en matière de qualité des produits agricoles comprend les démarches de garantie et protection sur l'origine et le lien au terroir: indication géographique protégée et appellation d'origine protégée, les spécialités traditionnelles garanties, les produits issus de l'agriculture biologique.

Les indications géographiques bénéficient pour certains produits de reconnaissance et protection au niveau international dans le cadre de l'Accord sur les « aspects des droits de propriétés intellectuelles qui touchent au commerce » (ADPIC) de l'organisation mondiale du commerce (OMC), signé en 1994 [74]. Chaque pays membre a obligation de protéger les indications géographiques au niveau national.

Un étiquetage clair et informatif comportant marques, logos, caractéristiques des produits, mentions valorisantes, permet une bonne identification des produits par le consommateur et une réelle segmentation de l'offre de produits par l'entreprise. Un cadre politique permet de garantir la loyauté de l'information au consommateur et des protections pour les opérateurs économiques. Cette partie décrit les outils et les différents dispositifs qui existent et permettent de répondre à ces enjeux. Le tableau suivant présente les différentes démarches, leur pays d'origine, la possibilité pour des pays tiers d'appliquer la démarche et les pays où la démarche est reconnue et protégée.

Tableau 3 : Présentation des différentes normes et outils selon leurs avantages et pays

Type de démarche	Sigle	Logo	Nom de la démarche	Possibilité pour pays tiers ⁵¹	Structure porteuse de la démarche	Etendue du Marché protégé ⁵²
Indication géographique	IG		Indication géographique	Oui pour les pays membres de l'OMC	Collective	Tous les membres de l'OMC: protection dans chaque pays à acquérir
	IGP		Indication géographique protégée	Oui	Collective-ODG en France ⁵³	Européen
	AOP		Appellation d'origine protégée	Oui	Collective-ODG en France	Européen
	AOC		Appellation d'origine contrôlée	Oui à travers l'AOP	Collective-ODG	Français- associé au signe AOP
Label de qualité supérieur	Label rouge		Label rouge	Oui	Collective-ODG	Français
Démarche de qualité spécifique	CCP		Certification de conformité produit	Non	Individuelle ou collective	Français
Démarche sur les savoirs faire traditionnelles	STG		Spécialité traditionnelle garantie	Oui	Collective-ODG	Européen
Mention valorisante			Montagne, fermier, produit fermier	Non	Individuelle	Français
	PPR		Produits pays	Non	Individuelle	Département d'outre-mer français
Marque collective			Marque collective	Oui	Collective	Pays où la marque est enregistrée
Agriculture biologique			Agriculture biologique organic farming	Oui	Individuelle	Référentiels variables: public ou privé, National /international
	AB		Agriculture biologique	Oui	Individuelle	Européen
	AB		Agriculture biologique	Oui	Individuelle	Français

 : Démarches Internationales

 : Signes français

 : Signes de l'Union Européenne

 : Signes français Régionaux

51 Possibilité pour un produit d'un pays étranger au pays émetteur de la démarche de se faire certifier.

52 L'étendue du marché se limite d'abord au(x) pays « émetteur » du signe où il est reconnu par les autorités, professionnels et consommateurs. Le marché peut s'étendre à d'autres pays dans le cas où il y a des accords bilatéraux de reconnaissance et protection des signes, et/ou lorsque le signe est reconnu par les marchés destinataires (opérateurs et/ou consommateurs).

53 ODG : organisme de défense et de gestion.

CHAPITRE 1 : DÉFINITIONS ET CADRES JURIDIQUES SUR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

Partout dans le monde, la notoriété et la qualité de certains produits sont associées à une origine géographique : Basmati, Champagne, Darjeeling, Scotch... Désigner des produits alimentaires, agricoles ou artisanaux par leur lieu d'origine est une pratique universelle et ancienne. Ce qui est nouveau, c'est la possibilité **de les reconnaître officiellement et de les protéger juridiquement** contre ceux qui les imitent.

Une indication géographique est en premier lieu un nom reconnu sur le marché par les consommateurs. Ce type de produit bénéficie d'une notoriété liée à la fois à un territoire de production – un climat, un type de sol, des ressources naturelles – mais aussi à une tradition et à un savoir-faire perfectionné au fil du temps. Territoire, savoir-faire et tradition confèrent au produit un caractère unique : un aspect particulier, un arôme original... Tous les produits sont concernés, que ce soient les produits agricoles, alimentaires, les matières premières, les produits transformés, les produits de l'artisanat, les produits cosmétiques, etc. [75].

Le concept d'indication géographique regroupe une multitude de réalités allant de la notion de produit d'origine simple à des systèmes de protection aux contours très cadrés. Nous verrons (i) les concepts et définitions qui sous-tendent l'indication géographique, (ii) l'histoire de sa reconnaissance juridique et des différents accords internationaux qui existent aujourd'hui, (iii) les différentes formes juridiques de valorisation de l'indication géographique qui existent dans le monde et dans l'Océan Indien et (iv) le potentiel des produits de l'Océan Indien.

Concepts et définition

1. La notion d'origine

A l'instar de la notion de qualité, la notion d'origine est tout aussi complexe. Cette complexité se situe à trois niveaux [44] :

(i) au niveau des **besoins exprimés**. La notion d'origine sous-entend la notion de traçabilité. Sa mention peut être obligatoire et codifiée par des textes législatifs (des conserves de champignons de Paris élaborés en Belgique devront préciser que le produit a été élaboré en Belgique pour assurer la loyauté des transactions) ou facultative (mention valorisante). A ce besoin d'information loyale s'ajoute un besoin croissant de certains consommateurs de connaître la provenance des produits qu'ils consomment.

(ii) au niveau **des catégories de produit**. En matière d'origine, il est indispensable de différencier les produits « bruts » des produits transformés. En effet, le niveau de complexité pour l'origine d'un produit n'est pas le même pour :

1. une carotte cultivée dans un pays « A »,
2. d'un poisson pêché dans les eaux territoriales d'un pays « A » par un bateau immatriculé dans un pays « B »,

3. d'un bœuf né dans un pays « A », engraisé dans un pays « B » et abattu dans un pays « C »,
4. d'un produit transformé dans un pays « A » avec de la matière première de pays « B », « C » et « D ».

(ii) au niveau **du vocabulaire utilisé** puisque sous le vocable « origine », on trouve trois termes : origine, indication géographique et provenance.

La notion d'origine : son vocabulaire [44]

Qu'entend-on par origine ? S'agit-il du nom d'un pays, d'une région, d'un département, d'une localité ?

Il est difficile de s'y retrouver dans ces différentes désignations géographiques, même si chacun s'accorde sur les définitions suivantes :

- **L'indication de provenance** (définie dans l'Arrangement de Madrid) est une dénomination géographique indiquant qu'un produit provient d'un pays, d'une région ou d'un lieu donné. Elle est l'expression d'une situation matérielle mais n'est pas indicative d'une qualité particulière. Elle rend compte et permet d'éviter les tromperies des consommateurs et une concurrence déloyale dans les transactions commerciales. Elle a ainsi une fonction douanière.

- **L'indication géographique** est une dénomination géographique indiquant qu'un produit est originaire d'un pays, d'une région, ou d'un lieu déterminé, dont le lien avec l'origine géographique est réel et repose sur une qualité, une réputation ou une autre caractéristique du produit attribuée à cette origine géographique (Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, ADPIC, 1994).

- **Les mentions génériques** : il s'agit des mentions géographiques, lorsque qu'elles deviennent le nom commun d'un produit (crème Chantilly, saucisse de Francfort..) et ne bénéficient plus alors de la protection des indications géographiques et ne sont pas non plus des indications de provenance puisqu'il n'y a plus aucun rattachement entre le produit et le lieu.

- **La dénomination traditionnelle** indique l'origine d'un produit alors qu'elle ne mentionne pas un lieu géographique (Muscadet, Calva, Tequila, Blanquette...);

- **L'appellation d'origine** fait partie des indications géographiques, avec un lien plus fort entre le produit et son origine. Ainsi, selon l'Arrangement de Lisbonne sur la protection des appellations d'origine, c'est la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains (art. 2).

2. La notion de terroir

Un groupe de travail INRA⁵⁴ et INAO⁵⁵ a défini la notion de terroir comme suit⁵⁶ :

« Un terroir est un espace géographique délimité, dans lequel une communauté humaine, construit

54 Institut national de recherche agronomique

55 Institut national de l'origine et de la qualité

56 Cette définition est issue des réflexions d'un groupe de travail constitué dans le cadre d'un partenariat entre l'INRA et l'INAO sur la période 2003-2006. Il était composé pour l'INRA de : C. Béranger, F. Casabianca, J.B. Coulon, J.M. Lequéré, Y. Lefur, Y. Noël, J. Salette, B. Sylvander et G. Giraud (ENITAC, UMR typicité des aliments) ; et pour l'INAO de : P. Cellier, G. Flutet, P. Laville, C. Mercier, F. Morales, F. Roncin, E. Vincent.

au cours de son histoire un savoir collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains. Les itinéraires sociotechniques ainsi mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité, et aboutissent à une réputation, pour un bien originaire de cet espace géographique. »

La typicité ne doit pas être confondue avec la conformité à une norme et admet une variété interne au type. La typicité liée au terroir est aussi la propriété de distinction par rapport à des produits similaires.

3. Définition de l'indication géographique

Le concept d'indication géographique est large et complexe. Il a beaucoup évolué, donnant lieu à une multitude de définitions. **L'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) de 1994** en donne une définition juridique, selon laquelle les indications géographiques sont:

« des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique » [74]

Les critères d'obtention d'une indication géographique sont donc définis à travers le concept de lien à l'origine qui est évalué à l'aide de trois critères alternatifs : **qualité, réputation et autre caractéristique déterminée**. La définition de ces trois critères est laissée à l'appréciation des différents systèmes de protection des indications géographiques. Afin d'appuyer sa définition de l'Accord sur les ADPIC, une explication de ces trois critères et du concept de lien à l'origine a fait l'objet d'un document de l'OMPI⁵⁷ : le SCT/10/4 [76] en se basant sur les définitions utilisées dans les différents systèmes de protection des indications géographiques:

- **La qualité d'un produit** comporte en elle-même une dimension subjective laissée à l'appréciation de chacun. Utilisée dans les différents systèmes de protection des indications géographiques comme critère juridique permettant de distinguer un produit du fait de son origine géographique, cette appréciation relève d'une approche factuelle et d'une prérogative des autorités compétentes au niveau national en fonction de critères qui leur sont propres. La qualité d'un produit peut être définie par rapport à sa spécificité d'un point de vue nutritionnel, gustatif, visuel, symbolique ou par rapport à son mode de production. Le produit présente une qualité spécifique liée à l'origine géographique (sols, climat...) qui le différencie du produit standard sur le même marché, que ce soit au niveau local, national ou international. La qualité peut être mise en avant au travers d'une variété ou d'une race locale, d'un sol ou d'un climat particulier apportant au produit cultivé un aspect ou un goût [75].

- **La réputation du produit** (locale, nationale ou internationale) est fortement liée à l'histoire et l'origine historique du produit. Elle s'appuie également sur sa capacité à se distinguer des autres et notamment sur la perception positive que le consommateur a de l'indication géographique. Cette réputation qui peut amener le consommateur à payer plus cher, peut être le résultat d'investissements des acteurs de la filière. Ainsi, comme tout droit de propriété intellectuelle, il peut apparaître nécessaire d'assurer une protection adéquate et suffisante de cette réputation [77].

57 Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

- Le lien entre le produit et son origine peut être également appréhendé par «**d'autres caractéristiques**» que la qualité et la réputation. Parmi les plus fréquemment utilisées interviennent notamment **les facteurs humains et naturels (terroir) qui rendent le produit typique** [77].

- **Le lien à l'origine géographique** constitue la démonstration de la corrélation entre le lieu et un ou plusieurs éléments de la définition, et doit mettre en exergue le fait que l'on puisse expliquer que tel facteur produit telle caractéristique ou bien, a contrario, que d'autres facteurs donnent d'autres caractéristiques [77].

Accords internationaux et variabilité des cadres juridiques

Depuis la convention d'Union de Paris pour la protection de la propriété intellectuelle en 1883, de nombreux accords ont reconnu la protection des indications géographiques en tant que droit de propriété intellectuelle (Système de Madrid en 1891, Convention de Stresa en 1950 et Arrangement de Lisbonne sur la protection des appellations d'origine en 1958) [78] [79, 80] [81]. Cependant, ces accords internationaux n'ont eu qu'un effet relativement limité sur les indications géographiques, faute de participants et de mécanismes de règlement des différends suffisamment contraignants. C'est pourquoi les accords régionaux ou bilatéraux, destinés à faciliter la protection ou l'accès au marché préférentiel entre pays signataires, occupent une place importante pour une protection plus spécifique des indications géographiques [82].

L'Accord sur les ADPIC [74] constitue le principal cadre réglementaire international aujourd'hui. Il définit ce qu'est une indication géographique et édicte des obligations visant à protéger la propriété intellectuelle (dont les indications géographiques). Mais les normes de protection sont très minimales et générales et surtout ce sont les pays, individuellement, qui fixent les règles détaillées et qui choisissent les modes de mise en œuvre de ces protections. Le contexte et les préoccupations économiques, sociales et culturelles sont profondément différents d'un pays à l'autre. Cela implique des stratégies et des politiques nationales en matière de protection des indications géographiques variables, mais aussi des attentes multiples de la part des acteurs vis-à-vis des indications géographiques.

Un peu d'histoire... [75]

Des vins français...

C'est en France qu'est née la première législation qui a protégé l'usage d'un nom géographique pour identifier des produits dont la spécificité est liée à un territoire et un savoir-faire. Dès le Moyen Age, la notion de « qualité supérieure du vin » due à la tradition vigneronne d'une région comme le Bordelais ou la Bourgogne se développe et attire une riche clientèle étrangère. Mais avec ce succès commercial vient son lot de fraudes et de contrefaçons et, très tôt, les viticulteurs français se regroupent pour défendre leurs intérêts communs. L'organisation collective des producteurs de Saint-Émilion voit ainsi le jour en 1885. S'ensuit la loi du 1er août 1905 sur les fraudes destinée à protéger le consommateur.

Le 6 mai 1919, une loi française relative à la protection des appellations d'origine vise à protéger les producteurs contre les usages qui leur porteraient préjudice. En 1935, un décret-loi marque la création d'un comité national des appellations d'origine des vins et eaux de vie en France, qui deviendra ensuite l'INAO (institut national de l'origine et de la qualité, établissement public en charge des signes officiels de l'origine et de la qualité) ainsi que la naissance de l'appellation d'origine contrôlée (AOC). La loi du 2 juillet 1990 élargira ensuite l'AOC à l'ensemble du secteur agroalimentaire.

... aux produits européens....

La tendance à la mondialisation des échanges commerciaux et l'industrialisation de l'agriculture font apparaître de

nouveaux enjeux pour les produits de qualité spécifique : exploiter les nouvelles opportunités de marché en dehors des lieux de production et se prémunir des fraudes commerciales et de la standardisation.

Il s'agit d'éviter que des produits locaux deviennent « génériques » dès que le lien entre le territoire et le produit est perdu. C'est le cas du Cheddar anglais produit dans de nombreux pays sous son nom générique. Seul le « West Country Farmhouse Cheddar » est enregistré et protégé en AOP dans l'Union Européenne. L'Europe prend position en adoptant le règlement européen 2081/92 du 14 juillet 1992 qui homogénéise des pratiques hétérogènes. Ainsi sont nées « l'appellation d'origine protégée » (AOP), proche de l'AOC française et « l'indication géographique protégée » (IGP) pour les produits dont le lien à l'origine est moins exclusif que pour l'AOP.

La réglementation européenne protège les indications géographiques provenant de pays tiers et depuis sa nouvelle version du 20 mars 2006 permet à un groupe de producteurs étrangers, en plus de l'action ouverte à l'Etat de faire directement une demande d'enregistrement d'une indication géographique européenne. Le « café de Colombie » fut la première appellation étrangère enregistrée en Europe. Il existe de nombreux produits candidats à cette certification européenne : thé de Kangra (Inde), gruyère suisse, le riz Hom Mali (Thaïlande)...

... pour devenir un débat sur le commerce mondial.

Dès 1994, l'organisation mondiale du commerce (OMC) reconnaît les indications géographiques comme un droit de propriété intellectuelle à part entière, au même titre que les brevets ou les marques commerciales, dans le cadre de l'accord du 15 avril 1994 sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC). L'Accord ADPIC comprend trois articles consacrés à la protection des indications géographiques qui imposent à tous les Etats membres une protection de base (article 22.2) applicable à tous les produits bénéficiant d'une indication géographique contre diverses formes de fraude et de concurrence déloyale, à laquelle s'ajoute une protection additionnelle qui ne bénéficie qu'aux seuls vins et aux spiritueux (article 23). Des exceptions garantissent les droits antérieurs (article 24). Certains Etats considèrent que cette protection de base est insuffisante pour bien protéger les indications géographiques et tentent de faire étendre la protection additionnelle (jusqu'ici pour les seuls vins et spiritueux) à tous les produits.

Force est de constater que les utilisations incorrectes des origines géographiques sont répandues : « Thé de Ceylan produit en Malaisie », « Riz Basmati américain »... Pour de nombreuses législations nationales, préciser la zone exacte de production sur l'étiquetage est suffisant pour permettre l'utilisation de l'indication géographique en question car il n'y a pas de tromperie du public, qui est informé que le thé de Ceylan ne vient pas de Ceylan mais de Malaisie. En cas de procès, la charge de la preuve reposera sur le producteur plaignant qui devra prouver que cet usage est non seulement incorrect, mais qu'en plus il induit le public en erreur ou qu'il constitue un acte de concurrence déloyale. En revanche, dans le cas des vins et spiritueux, il est prévu que les producteurs disposent de moyens juridiques pour empêcher l'utilisation d'un nom géographique pour des produits qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par la véritable indication géographique, et ce, sans qu'il y ait besoin d'établir la preuve de la tromperie du public. Ainsi « Bordeaux fabriqué en Inde » est interdit, même si le public n'est pas trompé sur l'origine véritable du produit.

Outre l'extension de la protection additionnelle à l'ensemble des produits, un autre débat divise aussi les membres de l'OMC : l'ouverture de négociations sur l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux ou « registre ». Les opinions divergent quant aux effets de l'enregistrement (simple information ou valeur juridique contraignante) et à son caractère obligatoire ou non.

Les différentes voies de protection et valorisation des indications géographiques

Il existe différents modes d'identification des produits agricoles et alimentaires sur les marchés : signes d'origine et signes de qualité – officiels ou privés.

1. Présentation de quelques systèmes de protection

La protection des indications géographiques se caractérise par une multitude de cadres juridiques différents. Parmi eux nous pouvons citer les deux modèles les plus représentatifs :

- le système sui generis⁵⁸, utilisé par exemple au sein de l'Union Européenne ;
- le système des marques, modèle des pays du Nouveau monde.

Le choix entre ces deux modèles a une répercussion directe sur les conditions de protection, le droit à l'utilisation et l'étendue de la protection [77].

La modèle sui generis repose sur un cadre juridique spécifique à la protection des indications géographiques. Les indications géographiques sont des signes officiels. Les signes officiels s'appuient sur l'engagement conjoint des professionnels et de l'Etat visant à éclairer le choix des consommateurs et à leur garantir des produits de qualité répondant à leurs attentes. Ils informent les consommateurs sur des conditions précises de production qui s'appuient sur un cahier des charges validé par les pouvoirs publics, ainsi qu'un contrôle interne et externe par des organismes agréés par l'Etat. Les pouvoirs publics supervisent également la mise en œuvre du dispositif.

La protection des indications géographiques au titre du droit des marques repose généralement sur l'utilisation des marques de certification ou parfois des marques collectives, qui sont des marques particulières. Toutefois, comme pour toutes les marques, l'examen des pouvoirs publics ne porte que sur la disponibilité du signe déposé comme marque et non sur le contenu du règlement d'usage/règles de certification, l'équivalent du cahier des charges.

Les noms géographiques peuvent être admis à l'enregistrement en tant que marques de certification, mais ils ne peuvent pas être utilisés comme marque individuelle, à moins qu'il y ait ajout d'un terme ou d'un logo distinctif car les noms géographiques sont descriptifs et ne peuvent être appropriés par un seul acteur. Il en est de même pour les marques collectives dans la plupart des systèmes.

Parmi les signes privés il faut donc distinguer :

- Les marques de certification qui sont généralement accordées à des produits respectant des normes définies mais ne sont pas réservées aux membres d'une entité. Elles peuvent être utilisées par quiconque peut certifier que les produits en question respectent les normes établies par la marque. Le propriétaire de la marque, organisme privé ou public, n'a pas le droit d'utiliser cette marque (« règle de non usage par le titulaire ») et est responsable du contrôle de la marque qu'il a en charge de certifier.
- Les marques collectives sont généralement des marques dont l'usage est réservé aux membres de l'association propriétaire de la marque, selon les règles stipulées dans un règlement d'usage. Le contrôle est effectué par le propriétaire de la marque.
- Les marques individuelles appartiennent à une entité qui s'en sert pour identifier ses produits.

58 Qui caractérise exclusivement quelque chose ou quelqu'un (Définition Larousse, 2011). Sui generis qualifie notamment une situation juridique dont la singularité prévient tout classement dans une catégorie déjà répertoriée et nécessite de créer des textes spécifiques.

2. L'intérêt d'une protection des indications géographiques

Les systèmes sui generis des indications géographiques confèrent des droits de propriété intellectuelle aux dénominations protégées comme indication géographique. Il en découle la mise en œuvre d'une protection spécifique afin d'assurer la sauvegarde des intérêts tant des opérateurs que des consommateurs. Les indications géographiques sont ainsi protégées contre les fraudes, les contrefaçons, les usurpations, et les tromperies. Cette protection est imprescriptible. Ainsi, en France, les indications géographiques « ne peuvent jamais être considérées comme présentant un caractère générique et tomber dans le domaine public ».

Cette protection du nom constitutif de l'indication géographique repose sur des dispositions réglementaires propres aux appellations d'origine et aux indications géographiques que l'on retrouve à l'échelle nationale, communautaire et internationale. Elle s'appuie également sur les règles générales relatives à la tromperie, la lutte contre les fraudes, la concurrence déloyale et le parasitisme. Les opérateurs et les autorités compétentes des Etats peuvent aller jusqu'à agir en justice afin d'assurer la protection des appellations d'origine des indications géographiques et obtenir réparation des préjudices subis :

- par des contentieux civils (relevant notamment du domaine de la propriété intellectuelle) ;
- en se constituant partie civile dans le cadre de procédures pénales, engagées sur le fondement des constats et procès-verbaux établis par les principales administrations compétentes en matière de répression des fraudes concernant les appellations d'origine.

Quand le système de protection des indications géographiques s'accompagne d'un dispositif de certification assurant une garantie officielle, il peut constituer une aide à la commercialisation, essentiellement parce qu'ils permettent de diffuser des informations quant au respect des exigences qui y sont associées. Ces indications renforcent la crédibilité des produits aux yeux des consommateurs et permettent une concurrence équitable entre les producteurs [83].

3. Protection française : l'AOC

L'appellation d'origine contrôlée est un signe qui désigne un produit qui tire son authenticité et sa typicité de son origine géographique. Elle est l'expression d'un lien intime entre le produit et son terroir. Facteurs naturels et humains sont liés. Le produit qui en est issu ne peut être reproduit hors de son terroir.

Née d'un décret-loi du 30 juillet 1935 pour le secteur viticole consécutivement à de nombreuses crises viticoles (phylloxéra, contrefaçons des dénominations et révoltes de vignerons) de la fin du XIX^{ème} siècle, l'appellation d'origine contrôlée est conçue pour garantir l'origine d'un vin. Elle crée les conditions d'une concurrence loyale pour les producteurs et la garantie d'une origine certifiée pour les consommateurs.

Le succès du concept d'AOC s'étend en 1990 à l'ensemble des produits agricoles ou alimentaires bruts et transformés. L'AOC est régie par un décret qui homologue le cahier des charges du produit et la délimitation de son aire géographique. L'AOC est protégée au plan européen au sein de plusieurs règlements, le règlement (CE) n°1234/2007 [84] portant sur l'organisation commune des marchés dans le secteur agricole, inté-

grant depuis le 1er août 2009 l'organisation commune du marché vitivinicole, les règlements (CE) n 606/2009 et n 607/2009 [85, 86] sur le secteur vitivinicole et le règlement n 110/2008 [87] sur les spiritueux. Pour les autres produits, le règlement n°510-2006 [88] qui remplace le règlement de 1992 réglemente la protection des indications géographiques des pays membres à l'échelle communautaire. En effet, depuis 1992, l'Europe adopte et adapte le même système de l'origine pour l'ensemble des pays de l'Union Européenne [89].

4. Protection européenne : l'AOP et l'IGP

En Europe, Il existe trois systèmes (un pour les vins, un pour les spiritueux et un pour les produits agricoles et denrées alimentaires) et deux instruments, l'AOP (appellation d'origine protégée) et l'IGP (indication géographique protégée). L'enregistrement d'un produit en tant qu'AOP ou IGP confère au producteur le droit **exclusif** d'utiliser le nom enregistré pour ses produits. Il s'agit d'un droit de propriété intellectuelle très précieux. Pour les AOP le lien à l'espace de production est fort et se réfère à un « terroir », c'est-à-dire un espace défini par un ensemble de critères biophysiques (sol, climat, topographie) et humaines (savoir-faire, pratiques, réputation) qui confèrent au produit sa typicité.

L'ensemble du processus de production doit se faire dans une seule et même zone dont l'influence sur les caractéristiques du produit est démontrée. L'AOP est la transposition au niveau européen de l'AOC française pour les produits laitiers et agroalimentaires (hors viticulture).

Pour les IGP, la qualité ou la réputation du produit doit aussi dépendre de la zone d'origine, mais ce lien est souvent moins affirmé. Ainsi, pour un produit transformé, les matières premières agricoles ne proviennent pas forcément de la zone IGP où il est élaboré. Les dépôts de dossier AOP et IGP pour enregistrement à l'Union Européenne **sont ouverts aux pays tiers**.

Le fait d'attribuer une qualité ou une caractéristique à l'origine géographique ne fait pas de l'IGP une sorte d'AOP. En effet, il n'est pas question, comme pour l'AOP, de lien au terroir où serait mise en évidence une relation étroite et déterminante sur le produit dans sa singularité. Un produit sous IGP doit présenter une réelle spécificité et une qualité est « attribuable » à son origine et non déterminée par elle. Ainsi, l'exigence vis-à-vis des demandeurs d'IGP pour qu'ils explicitent cette qualité ou cette caractéristique « attribuable » à l'origine est légitime dès lors qu'ils demandent une réservation du nom géographique, c'est à dire **son exclusivité d'usage**. Cette protection est équivalente, en droit, à celle de l'AOP.

Les indications géographiques constituent un patrimoine collectif, et ne peuvent donc pas être la propriété d'opérateurs économiques à titre privatif, contrairement à une marque par exemple. Tout producteur, situé dans l'aire géographique et respectant les conditions fixées par le cahier des charges de l'indication géographique peut en revendiquer le bénéfice. Les démarches d'indications géographiques européennes sont obligatoirement portées par une structure collective : en France, il s'agit de l'organisme de défense et de gestion (ODG), qui réunit les professionnels de la filière sur le territoire [89].

L'un des avantages évident des systèmes de dénomination de qualité appliqués par l'UE est que le **droit d'utiliser** le nom d'un produit est exclusivement reconnu aux producteurs qui ont présenté initialement la demande d'enregistrement de ce nom, mais également à tous ceux qui sont en mesure de remplir les conditions du cahier des charges. Dans le cadre des systèmes AOP et IGP, **les producteurs extérieurs à la zone géographique en question et / ou ne remplissant pas les exigences du cahier des charges sont explicitement exclus de la possibilité d'utiliser la dénomination enregistrée** [83]. Le **droit d'utilisation exclusive du**

nom du produit confère aux producteurs concernés une **valeur ajoutée** dans la mesure où cela leur permet de distinguer leurs produits de ceux de leurs concurrents sur le marché. En outre, ils ont la possibilité d'offrir aux consommateurs des informations claires grâce à l'étiquetage du produit [83].

La portée de la protection offerte aux détenteurs d'une dénomination de qualité est vaste. Les autres producteurs ne sont pas autorisés à tirer un bénéfice indu de la réputation acquise par le produit protégé. Les actions suivantes sont explicitement interdites [83] :

- faire un usage commercial direct ou indirect de la dénomination enregistrée de produits non couverts par l'enregistrement ;
- imiter, évoquer ou faire tout autre usage indu de la dénomination d'un produit non enregistré. Cette interdiction s'applique également à l'utilisation d'expressions telles que « style », « type », « méthode » etc. qui suggèrent que le produit est équivalent à l'original ou peut lui être associé, même si la véritable origine du produit est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite. Les produits portant un nom enregistré doivent conserver le lien nécessaire avec la zone géographique concernée (c'est-à-dire que ces noms ne peuvent être « délocalisés »). Cela assure aux producteurs possédant le droit d'utiliser la dénomination enregistrée une protection solide contre tout empiètement direct ou indirect sur leurs droits ;
- indiquer sur l'emballage des informations fausses ou trompeuses quant à l'origine, la nature ou les qualités du produit susceptibles de donner une idée fautive de son origine.

Lorsqu'un produit est commercialisé en concurrence avec un autre produit de qualité enregistré au niveau de l'UE sans remplir les exigences du cahier des charges correspondant, il doit être retiré du marché. Dans le cas des produits commercialisés pour une certaine période (comme établi dans le règlement), leur commercialisation peut se poursuivre, mais uniquement durant une période limitée. Ainsi par exemple, lors de l'enregistrement de l'IGP Jambon de Bayonne, des objections ont été présentées par des producteurs danois qui avaient commercialisé légalement du jambon portant le même nom au cours des cinq ans précédant la date de référence. Il a par conséquent été décidé que ces producteurs pourraient continuer à commercialiser leur produit sous le nom de Jambon de Bayonne pendant une période transitoire de trois ans à compter de la date d'enregistrement de l'IGP, à condition que l'étiquetage indique clairement la véritable origine du produit. La réglementation en vigueur traite des cas éventuels de conflit entre des marques commerciales et des dénominations géographiques, recherchant un juste équilibre entre les droits de propriété intellectuelle concurrents [83].

Pour ce qui est de la dimension de la **protection à l'international**, le mécanisme des indications géographiques est bien établi dans l'Union Européenne et dans de nombreux pays tiers où le droit des indications géographiques est reconnu en tant qu'élément de la propriété intellectuelle au même titre que le droit des marques et brevets [89].

Toutefois, chaque pays possède sa propre législation et certains ne disposent pas d'une législation spécifique ou ne prévoient pas, dans leur système national, de protection étendue pour les dénominations enregistrées de l'Union Européenne. Ainsi, sauf convention bilatérale entre les pays prévoyant une protection des indications géographiques et notamment des indications géographiques européennes, chaque dossier de fraude est traité en fonction du droit applicable aux appellations d'origine dans le pays concerné, quand il existe

[89]. La Commission propose [89] :

- de chercher à obtenir une protection renforcée dans les pays tiers par l'amélioration de l'accord de l'OMC⁵⁹ et la conclusion de conventions bilatérales avec ses partenaires commerciaux;
- d'inclure les indications géographiques dans le champ d'application de l'accord commercial anti-contrefaçon ainsi que dans les compétences du futur observatoire européen de la contrefaçon et du piratage.

5. Protection Malgache

Madagascar fait partie depuis 2008 du Système de Madrid [90] pour l'enregistrement international des marques (dont les marques de certification et les marques collectives) qui permet une protection facilitée au niveau international et compte 85 parties contractantes.

Madagascar ne dispose pas encore de cadre juridique relatif aux indications géographiques. Pour l'instant, les produits d'origine peuvent être protégés par le système des marques grâce à l'Ordonnance n°89 019 [91] instituant un régime pour la protection de la propriété intellectuelle. Or, cette protection n'est pas appropriée aux indications géographiques telles qu'elles sont définies par l'Accord des ADPIC. Pour se mettre en conformité avec ces derniers, le gouvernement malgache, via l'organisation malgache de la propriété intellectuelle (OMAPI), a engagé une réforme de cette ordonnance. Dans la nouvelle loi, un chapitre entier sera consacré aux indications géographiques. L'adoption de cette réforme est l'un des plus gros obstacles à la mise en place opérationnelle d'une indication géographique. La construction et l'application d'un texte de loi protégeant les indications géographiques représentent un défi de taille.

La « grande île » regorge de produits « typiques » comme les miels sauvages, la vanille et autres épices. Elle est d'ailleurs considérée comme l'un des plus grand pays producteurs d'épices. Un système juridique d'enregistrement et de protection des indications géographiques permettrait de mettre en place des outils de valorisation et de développement rural. (Cf. la partie « Madagascar et produits de terroir : le cas des épices » de ce Chapitre).

Contact :

Office malgache de la propriété intellectuelle

Lot VH 69 Volosarika Ambanidia

BP 8237 – Antananarivo 101

Madagascar

Tél : (261 20) 22 335 02 / 22 335 06

Fax : (261 20) 22 659 79

E-mail : omapi@moov.mg

6. Protection Mauricienne

L'île possède un cadre juridique sur la propriété intellectuelle incluant les indications géographiques. Certains produits qui ont été identifiés comme pouvant recevoir une indication géographique sont les sucres

59 Organisation Mondiale du Commerce

spéciaux, le sel, le thé, le rhum, les fleurs d'anthurium, les oignons, les dholl puris, la viande de cerfs de Maurice, ainsi que les haricots rouges, le miel, le limon, le piment, les pâtes de piment, le poisson salé et les ourites secs de Rodrigues [92].

Contact :

Office de la propriété industrielle OPI de Maurice

7ème étage Moorgate House, Rue Sir William Newton, Port Louis

Tél : (230) 208 57 14/ Fax : (230) 210 97 02

E-mail : trademark@intnet.mu

7. Protection Comorienne

Les Comores ayant à ce jour un statut d'observateur à l'OMC, il n'y a pas d'obligations de mise en œuvre des accords de l'OMC même s'il est demandé d'engager des négociations dans ce sens. Lors de notre étude nous n'avons pas eu d'informations concernant des projets de mise en conformité de l'Accord des ADPIC dans ce pays. Il est important de retenir que les enjeux autour du cadre réglementaire et de son dispositif de mise en œuvre sont primordiaux.

8. Protection Seychelloise

Les Seychelles ayant à ce jour un statut d'observateur à l'OMC, il n'y a pas d'obligations de mise en œuvre des accords de l'OMC même s'il est demandé d'engager des négociations dans ce sens. Lors de notre étude nous n'avons pas eu d'informations concernant des projets de mise en conformité de l'Accord des ADPIC dans ce pays. Il est important de retenir que les enjeux autour du cadre réglementaire et de son dispositif de mise en œuvre sont primordiaux.

Potentiel des indications géographiques dans l'Océan Indien

Les indications géographiques connaissent un intérêt croissant. Dans l'Océan Indien, les produits d'origine sont nombreux. Ces produits fédèrent les acteurs agricoles et agroalimentaires autour des problématiques de protection et de valorisation. Le réseau QualiREG s'est mobilisé pour mettre en avant et valoriser le potentiel de ces produits. Nous présentons ici des produits de l'Océan Indien qui sont reconnus pour leur lien à leur origine, et les travaux associés.

1. Analyses des miels de l'Océan Indien : une base de données QualiREG Océan Indien

Le réseau QualiREG travaille sur la mise au point d'une méthode d'analyse rapide en spectrométrie proche infrarouge pour l'identification de l'origine géographique des miels de l'Océan Indien.

La technique de spectrométrie proche infrarouge (SPIR) permet une prédiction indirecte de la composition physico-chimique et de la valeur alimentaire des produits après calibration des spectres par rapport aux analyses standards réalisées sur un échantillon représentatif. La SPIR est décrite comme une technique d'analyse rapide, fiable et peu coûteuse applicable sur le miel. En Europe du Nord, elle a été mise en avant pour l'aide à

la caractérisation des miels tant au niveau de leur origine géographique et/ou botanique que de leur qualité (composition physico chimique, détection des altérations par ajout de sucre, suivi de la cristallisation, etc.). Elle a été notamment mise en œuvre sur les miels AOP de Corse.

Dans le cadre du réseau QualiREG, on se propose d'appliquer la technique SPIR sur les miels réunionnais ainsi que sur l'ensemble des miels de l'Océan Indien également reconnus pour leurs qualités organoleptiques et nutritionnelles exceptionnelles.

Etant donné l'absence de références sur ces produits dans l'Océan Indien, une première étude menée par le CIRAD et l'IUT de Saint Pierre à La Réunion vise à mettre en place le protocole d'analyse SPIR appliqué au miel, à faire l'acquisition des spectres SPIR sur une première banque d'échantillons et à évaluer la technique pour la discrimination des produits selon leur origine géographique.

2. Les miels de Madagascar

L'activité apicole est une pratique exercée depuis longtemps par les ruraux malgaches que ce soit en cueillette ou en élevage. Entre 1920 et 1940, les produits de l'apiculture constituaient la troisième source de revenus de Madagascar. Les miels de Madagascar jouissaient d'une très bonne réputation. Dans les années 30 Madagascar aurait exporté entre 30.000 et 50.000 tonnes de miel par an. Depuis 1950, la Grande Ile a dû cesser d'exporter pour des raisons de fraude sur le produit [93].

Des actions dans le sens de l'amélioration de la quantité et de la qualité de la production apicole ont été entreprises : création de la division apiculture (1963), création de centres de traitements de produits d'apiculture (1974-75), projet de relance de la filière avec la FAO (1985-86) ; projet RIPOSA (1998) [93].

a. Potentiel des miels de Madagascar

Madagascar possède une variété écologique permettant aux abeilles de trouver des conditions optimales pour travailler.

De plus, malgré une rapide évolution de la dégradation de la couverture forestière malgache, l'Ile dispose encore d'un potentiel mellifère sous exploité. Du Nord au Sud et d'Est en Ouest, sans parler des Hauts Plateaux, du miel est produit avec diverses origines florales grâce aux multitudes de plantes mellifères (endémiques ou introduites comme l'Eucalyptus).

A Madagascar, la cueillette est une pratique encore dominante par rapport à l'apiculture dans les modes de production de miel [94]. Différents types de miel sont produits à Madagascar en fonction des ressources mellifères existantes. Le tableau suivant indique les régions étudiées avec respectivement les types de miel exploités :

Tableau 4 : Les types de miel dominants par région [95].

Régions d'études	Types de miel dominant
Ambositra / Fianarantsoa	Miel d'Eucalyptus- miel de mimosa- miel d'essences forestières melangées
Mahajanga (Ambato boeny)	Miel de palissandre- miel d'essences forestières melangées
Manakara / Mananjyra	Miel de letchi- miel de niaouli- miel d'Eucalyptus
Manjakandriana	Miel d'Eucalyptus
Morondava	Miel de palissandre- miel de jujubier- miel d'essences forestières melangées
Région SOFIA	Miel de palissandre- miel de mangue- miel d'essences forestières melangées
Toamasina / Moramanga	Miel de letchi- miel d'essences forestières melangées- miel d'Eucalyptus- miel d'agrumes et de cocotier

L'Europe et l'Amérique du Nord sont les plus grands importateurs de miel. Madagascar présente des avantages comparatifs importants pour ces marchés, dont les principaux sont les suivants [95] :

- existence de miel d'essence exotique bien valorisable sur le marché extérieur ;
- abeilles indemnes de maladies ;
- apiculture moderne en développement croissant.

b. Les contraintes

Toutefois, l'export sur le marché européen, exige l'élaboration d'un plan de surveillance des résidus pour garantir la sécurité alimentaire de ses citoyens. Les résidus qui doivent faire l'objet de contrôles sont : les antibiotiques, les contaminants environnementaux comme les pesticides et les métaux lourds. Des limites maximales doivent être respectées pour ces produits. Le contexte actuel de la filière montre que plusieurs facteurs nécessaires à la mise en place d'un plan de surveillance sont à améliorer. Les points « noirs » principaux sont les suivants [95] :

- manque de lisibilité sur l'organisation et les acteurs de la filière ;
- les modes de production et d'extraction ;
- les utilisations non contrôlées de pesticides ;

- les législations nationales à mettre à jour et à mettre en application.

Les ajouts d'eau sucrée au miel commercialisé ne sont pas fréquents mais existent. Non seulement la qualité du produit se détériore mais cela constitue un sujet de conflit entre l'acheteur et le vendeur. D'autant plus que l'origine ou l'acteur de la falsification est souvent mal identifié. Les caractéristiques physico chimiques du miel ne sont donc dans ces cas pas respectées [95].

c. Perspectives

Les recommandations pour les filières à Madagascar issus de différents travaux [93, 94] mettent en avant le besoin de mettre en place des systèmes qui garantissent la qualité et la traçabilité du miel et l'organisation de la filière. La mise en place d'indication géographique, lorsqu'elles sont portées par des groupements d'acteurs de la filière rejoignent certaines de ces recommandations. Par la rédaction d'un cahier des charges et la mise en place d'un système de qualité, les produits sous indication géographique peuvent garantir un produit de qualité et une identification de l'origine. Les collectifs peuvent alors proposer un produit bien défini et assurer une valorisation. Un travail préalable d'identification des spécificités des miels selon leur origine et de leur notoriété sur les marchés permettrait de caractériser le potentiel des miels de Madagascar en vue d'une labellisation indication géographique. Ce travail peut être mené en amont de la mise en place du cadre juridique.

3. Les miels de La Réunion

La filière apicole réunionnaise est à un moment charnière de son développement. Les produits qu'elle propose sont typiques et reconnus. Les réflexions sur l'orientation de la filière vers une démarche d'origine comme l'AOP fait son chemin. La production de miel s'élève de 150 à 200 tonnes par an en 2011, dont 70% de miel de baies roses, 10% de miel de letchis, 10% de miel de forêt et 10 % de miel toutes fleurs. La consommation qui représente 350 à 400 tonnes par an est complétée par 150 à 200 tonnes par an de miel importé (en provenance d'Europe, d'Argentine et de Hongrie) [96].

a. Potentiel des miels de La Réunion

La filière tend à s'organiser autour de l'ADA Réunion (Association pour le Développement de l'Apiculture à La Réunion) selon les axes développés dans le programme sectoriel apicole 2011-2013 avec les différentes organisations et partenaires présentés ci-après. Cette association créée le 15 juin 20027 compte 38 adhérents directs en 2010 qui possèdent 25% du cheptel ruche (potentiel de 60 tonnes de miel). Elle fédère l'ensemble des organisations apicoles de l'île autour d'un objectif commun et d'un même projet et elle a pour mission de représenter la filière professionnelle auprès des instances départementales, régionales et nationales. La reconnaissance de la qualité des miels de La Réunion et leur identification fait partie des priorités de l'ADA Réunion. Dans les réflexions sur le développement de la filière, la mise en place d'une démarche indication géographique européenne a sa place (AOP). Cette volonté interprofessionnelle de s'engager dans un label s'appuie sur différentes conditions favorables :

- existence d'une gamme locale de miels liée au territoire réunionnais (letchis, baie rose...) ;
- reconnaissance de la qualité des miels⁶⁰;

60 Médaille d'or sur un miel de letchis au SIA 2008, médaille d'or sur un miel de baies roses à APIMONDIA 2009, médaille de bronze sur un miel de Forêt à APIMONDIA 2009 et médaille de bronze sur un miel de Jamrosa au SIA 2010.

- potentiel mellifère encore disponible et à exploiter surtout en forêt ;
- absence de maladies grave ;
- marché existant en local et à l'export ;
- fédération de l'ensemble de la profession autour d'un même projet ;
- valorisation des autres produits de la ruche.

b. Les contraintes

La réflexion met en lumière des questions et des freins qu'il est nécessaire de lever avant de commencer les démarches pour la certification [96] :

- méconnaissance du potentiel mellifère des espaces naturels et forestiers, des différentes miellées et des différents miels produits ;
- le manque d'emplacements sécurisés (risques de vols) et gratuits en forêt, notamment dans le Parc National et les espaces naturels ;
- l'isolement de La Réunion par rapport à l'Europe ne favorise pas les échanges entre apiculteurs de différents départements, d'où l'importance des voyages d'étude et des missions de spécialistes extérieurs ;
- méconnaissance de l'abeille à La Réunion et de l'importance de son rôle dans la biodiversité de l'île ;
- ventes sauvages de miel encore trop fréquentes (sans étiquette réglementaire ni contrôle de qualité, de traçabilité et d'origine) ;
- les apiculteurs sont disséminés à travers l'île. Ils sont encore pour certains individualistes et donc difficiles à regrouper ;
- sur 1 000 apiculteurs et 20 000 ruches (estimation) en 2010, seuls 500 apiculteurs et 12 400 ruches sont déclarés à la direction des services vétérinaires alors que c'est une mesure obligatoire et nécessaire d'un point de vue sanitaire ;
- peu de professionnels vivent à 100% de l'apiculture ;
- la pénibilité du travail (zones de transhumance difficilement accessibles) ;
- climat tropical (pluviométrie importante, cyclones, sécheresse, vent) ;
- trop forte concentration de ruches surtout sur la miellée de letchis et absence de gestion des déplacements des ruches ;
- certains produits dérivés du miel tels que les hydromels, les confiseries au miel et les cosmétiques, sont encore peu connus et très peu produits.

c. Perspectives

La réflexion et le dialogue des professionnels autour de ces problématiques sont un préalable à un engagement dans une démarche AOP. Mais il est important de noter que la démarche AOP est aussi une démarche structurante pour aborder ces problématiques. Les démarches d'indication géographique demandent un processus relativement long (quelques années) de discussion et de construction au sein de la filière. En s'accordant sur la définition des miels de La Réunion et en les caractérisant, les professionnels pourront mettre tous leurs efforts pour soutenir une gamme bien définie au consommateur. Un travail pour relier son produit à l'origine (c'est-à-dire lier les caractéristiques du produit aux données de productions : conduite apicole, ressources mellifères, etc..) est indispensable pour monter un dossier comme le dossier AOP, mais il permet aussi aux professionnels de s'organiser autour de la qualité du produit et de son identité. Les projets de la

filière et le programme sectoriel apicole 2011-2013 vont dans ce sens.

4. Les miels de Rodrigues

Cette synthèse est rédigée à partir du rapport **QualiREG : « Maurice: Quelle valorisation pour le miel de Rodrigues? »** [97]. Le miel de l'île Rodrigues est connu de longue date pour sa haute qualité organoleptique. Il fait la fierté de ses habitants, et séduit les touristes de passage ainsi que les mauriciens. Depuis 1994, la notoriété du miel de l'île Rodrigues a traversé les frontières de l'Océan Indien en étant récompensé d'une médaille d'argent à la compétition nationale du miel de Londres (national honey show competition).

a. Potentiel du miel de Rodrigues : un produit typique et réputé

Aujourd'hui, malgré une production relativement faible, le miel de Rodrigues participe au dynamisme économique de l'île et contribue à son image. Bien que la typicité du miel de Rodrigues, qui fait l'unanimité chez les consommateurs mauriciens, ne soit pas facile à caractériser, elle semble reposer sur une combinaison originale de facteurs naturels et humains qui comprennent : (i) les conditions pédoclimatiques et leur influence sur la végétation (composition du nectar, répartition des essences mellifères) et sur le miel (les vents chargés d'embruns viendraient saler légèrement le miel dans les ruches de la côte Sud et Sud-ouest) ; (ii) la biodiversité végétale mellifère, qui comporte en particulier de nombreuses essences endémiques, et l'agro biodiversité (dont l'eucalyptus et le « limon » (citron) font partie). Il se pourrait d'ailleurs que contrairement aux idées reçues selon lesquelles c'est l'eucalyptus qui génère la typicité du miel de Rodrigues, celle-ci soit en fait le reflet d'une combinaison d'essences mellifères ; (iii) la race d'abeille *Apis mellifera ligustica* qui démarque l'apiculture rodriguaise des autres îles de l'Océan Indien (de possible métissages restent cependant à vérifier) ; (iv) Le savoir-faire des apiculteurs est reflet d'une longue tradition d'apiculture.

Le miel de Rodrigues est reconnu pour sa haute qualité organoleptique et sa typicité sur les marchés local et mauricien. Sa réputation repose sur quatre composantes : (i) à l'échelle internationale, elle est alimentée par la double reconnaissance vouée à une marque locale, le miel La Caze (créée par Care-co LTD) trois fois récompensée dans un concours international, le national honey show. Pour ces deux raisons, le miel La Caze a fait l'objet d'articles de presse [98] ainsi que de mention dans les guides touristiques [99]. Par association, c'est l'ensemble du miel de Rodrigues qui a vu sa réputation grandir à partir des années 90 ; (ii) un livre de cuisine fait état de la place singulière occupée par le secteur apicole à Rodrigues [100] ; (iii) les petites entreprises agroalimentaires jouent un rôle non négligeable dans cette réputation. En quasi absence d'apiculteurs en bord de route ou dans les marchés et les foires, elles sont la première vitrine du miel de Rodrigues pour un visiteur qui n'a pas toujours le temps de se rendre chez le producteur ; (iv) des circuits de distribution informels contribuent à faire connaître le miel rodriguais à Maurice.

b. Contraintes

Malgré un produit réputé, des atouts naturels, et une filière apicole qui vit en étroite interaction avec le territoire et les autres secteurs, le miel rodriguais reste sous valorisé. L'échec de l'action collective couplé à des contraintes naturelles, géographiques, et institutionnelles, entretiennent l'immobilisme face aux problèmes de qualité et d'usurpation de l'origine qui dégradent la réputation du miel. La politique de développement du secteur apicole, pose les bases d'un projet cohérent de labellisation.

c. Perspectives : qu'apporterait une IG au secteur apicole et au territoire rodriguais?

Le caractère typique du miel de Rodrigues et sa réputation légitiment une démarche de labellisation de type indication géographique.

Une indication géographique « miel de Rodrigues », dans certaines conditions, pourrait constituer un moteur de co-développement sectoriel et territorial. Du point de vue sectoriel, l'indication géographique constituerait à la fois un outil défensif (contre l'usurpation de l'origine du miel), offensif (permettant de viser des marchés de niche et de coordonner l'offre du secteur), et d'amélioration de la qualité (coordination et accompagnement des acteurs dans une démarche qualité). D'un point de vue territorial, en signalant, garantissant, et valorisant le lien spécifique entre le miel et les différentes composantes du territoire (humaines et naturelles), l'indication géographique pourrait permettre un renforcement du tissu entrepreneurial local (apiculteurs, petites entreprises agroalimentaires, marques privées, coopératives) et une gestion durable des ressources (plantes endémiques, eucalyptus) qui garantissent la typicité et la réputation du miel.

Une des principales conditions de succès d'une indication géographique est l'action collective. Le fait que tous les acteurs soient représentés dès le début de la réflexion conduisant à la labellisation permet d'obtenir une vision commune des enjeux et de la stratégie, ce qui facilite la compréhension et l'adoption du label par les acteurs. L'action collective permet aussi d'anticiper les conflits, et de prévenir l'exclusion fortuite d'un groupe d'acteurs. Pour finir, dans les étapes avancées de la labellisation, la confrontation des points de vue est essentielle pour la conception d'un cahier des charges équilibré.

5. Madagascar et ses produits de terroir : le cas des épices

Madagascar regorge de produits d'origine, « typiques », qui méritent une attention particulière. Parmi les plus reconnus, on trouve les épices, dont la notoriété s'étend sur les marchés liés à leur origine. Mais sur le marché global, il a été observé que les filières épices malgaches, principalement axées vers l'exportation, souffrent d'une détérioration de leur image, liée à une détérioration de la qualité exportée. Cela porte à une baisse des prix en général. Suite à ce constat, le centre des techniques horticoles de Tamatave (CTHT), en partenariat avec le réseau QualiReg et le CIRAD, a entrepris une réflexion sur un moyen de valoriser ces épices à leur juste valeur. L'indication géographique est apparue comme étant un outil complet permettant d'atteindre cet objectif. Le girofle, le poivre noir, le poivre vert et le curcuma de Madagascar ont fait l'objet d'études sur le potentiel et les conditions d'émergence d'indications géographiques épices à Madagascar [101].

a. Girofle de Madagascar

Le clou de girofle constitue pour Madagascar une culture de rente essentielle pour ce pays dont l'économie est principalement basée sur les activités agricoles. Une valorisation par le concept d'indication géographique est-elle pertinente dans l'état actuel de la filière de l'Est de Madagascar?

Potentiel - Le clou de girofle représente le 2^{ième} produit agricole d'exportation et Madagascar se place en tant que 2^{ième} producteur mondial. Pourtant, cette filière prioritaire à Madagascar fait face à des problèmes de baisse de compétitivité, d'une destruction de la qualité, d'un vieillissement des plantations et d'un manque de structuration de la filière qui menace le développement de la filière. Malgré sa position dominante, il est nécessaire d'étudier de nouvelles voies de valorisation de ce produit afin d'assurer la pérennité de cette filière.

Le produit présente une qualité spécifique liée à son origine géographique et notamment par rapport à son mode de production. Le clou de girofle produit à Madagascar bénéficie en effet de conditions climatiques et pédologiques favorables à son bon développement dans une zone géographique précise (côte Est de Madagascar) [102].

Contraintes- Cependant, ses caractéristiques spécifiques sont difficilement démontrables étant donné l'absence d'analyses physico-chimiques de ce produit et d'analyses le comparant aux clous de girofle produits par les autres pays producteurs.

Le clou de girofle de Madagascar jouit de la réputation des épices de Madagascar sur le marché international. Madagascar est, en effet, un pays qui a «un nom» sur le marché international des épices. Cependant, la réputation du clou de girofle n'est pas homogène au sein des opérateurs et certains disent qu'elle est ternie par les pratiques de certains acteurs de la filière [102].

Perspectives - La réputation est toutefois une construction sur le long terme, qu'il faut analyser en dynamique. On peut supposer que des efforts de qualité au sein de la filière pourraient rapidement la construire [102].

b. Poivre Noir de Madagascar

Le poivre noir de Madagascar est d'ores et déjà différencié sur le marché de niche des poivres d'origines au sein de l'Union Européenne (pays francophones notamment). Son originalité vis-à-vis des autres poivres noirs est donc potentiellement reconnue, tant par certains opérateurs de la filière que par les consommateurs avertis. Après des consommateurs, le produit jouit non seulement de la réputation de l'« île Rouge » en tant que pays producteur d'épices d'exception mais également de son goût si particulier, le destinant à des usages culinaires ancrés dans une culture gastronomique [103].

Potentiel- Cette typicité, bien que reconnue, devrait néanmoins être caractérisée de façon plus rigoureuse puisque aujourd'hui les discours autour de cette typicité ne sont pas homogènes. Il n'empêche, la typicité du poivre noir résulte de savoir-faire particuliers accumulés au cours du temps (par les producteurs malgaches notamment) et de conditions de cultures particulières. L'existence de deux « terroirs » différents au sein du territoire malgache (à l'Est et à l'Ouest) soulève des questions quant à la construction même de l'indication géographique, notamment le choix et la délimitation de l'aire géographique [103].

Contraintes- la légitimité d'un projet indication géographique sur le poivre noir peut s'évaluer grâce à:

- la réponse qu'il pourrait apporter face aux difficultés qu'affronte la filière et
- l'existence d'un pré requis indispensable à la mise en place d'un tel projet : un marché pertinent pour l'indication géographique.

A l'issue de l'analyse effectuée, plusieurs constats ont été faits concernant les menaces et opportunités de la filière poivre noir à Madagascar. Certains points mis en évidence nuisent aujourd'hui à la filière et entraînent sa « détérioration ». Des difficultés actuelles rencontrées par les acteurs de la filière, il ressort une série de « besoins », qui constituent pour l'instant des obstacles à son développement, dont les principaux sont le manque de structuration et de coopération entre les acteurs et la détérioration de la qualité du produit, observée depuis quelques années, le long de la filière [103].

Perspectives - Ce travail a permis d'étudier l'intérêt et la faisabilité de la mise en place d'une indication géographique sur le poivre noir ainsi que son potentiel en termes de développement territorial. Il sera judicieux de veiller à ce que tous types d'acteurs soient impliqués dans ce processus de concertation, afin d'éviter que les décisions ne tournent au bénéfice de certains d'entre eux. Cela pourra se concrétiser grâce à un accompagnement adéquat de la démarche et au soutien des acteurs institutionnels [103].

c. Poivre vert de Madagascar

Madagascar est réputé pour la qualité de ses épices, dont le poivre vert qui est essentiellement un produit d'exportation. La consommation du poivre en général et du poivre vert en particulier demeure inhabituelle chez les malgaches malgré l'existence de la culture et de l'utilisation du poivre depuis les premières années de la colonisation.

Potentiel - Ainsi, le poivre vert malgache est principalement un produit d'exportation, d'une quantité de l'ordre d'un millier de tonnes par an, et il se trouve qu'il a acquis une réputation mondiale, reconnue par les fins connaisseurs et les acteurs locaux. Elle est essentiellement attribuable aux faits que [104]:

- la technique de conservation en saumure, qui aurait été élaborée pour la première fois à Madagascar, confère au produit des caractéristiques organoleptiques particulières;
- le produit, bien qu'il soit « conventionnel », présente toutes les caractéristiques prescrites pour un produit biologique ;
- l'exotisme de Madagascar a une portée positive sur les images de ses produits d'exportation. Produit relativement récent, le poivre vert malgache a réussi à se positionner sur le marché international grâce à cette réputation.

Contraintes - Cette réputation est actuellement victime de quelques irrégularités dont, entre autres [104] :

- les mauvaises pratiques de certains acteurs de la filière qui se répercutent sur la qualité finale du produit en ternissant son image aux yeux des consommateurs ;
- les usurpations du nom « poivre vert de Madagascar » rencontrées sur le marché, qui trompent les consommateurs.

Perspectives- Le poivre vert de Madagascar se présente comme un produit de terroir. Deux scénarii existent pour l'enregistrement d'une indication géographique. La différence entre les deux scénarii se base sur le critère d'exclusion ou d'inclusion de certains acteurs. Mais dans les deux cas, l'aire géographique proposée est la côte Est avec une délimitation la plus précise possible pour éviter toute possibilité de confusion. Cependant, le nom géographique proposé reste « poivre vert de Madagascar » qui est déjà reconnu sur les marchés internationaux. L'indication géographique trouve sa justification dans sa contribution à la structuration de la filière par la mobilisation collective des différents acteurs [104].

d. Curcuma de Madagascar

Le FIDA-PPRR (programme de promotion des revenus ruraux) a engagé une étude en partenariat avec le réseau QualiREG sur le potentiel d'une indication géographique sur le curcuma de la commune d'Anivorano-Est dans la région de Brickaville [105].

La demande mondiale en curcuma est actuellement en pleine croissance, aussi bien pour le marché alimentaire que pour les marchés pharmaceutiques et cosmétiques. D'importantes propriétés médicinales ont été mises en évidence, conférant à cette épice une forte popularité auprès des consommateurs, notamment européens [106].

La filière curcuma de Madagascar, une filière en développement appuyée par le FIDA-PPRR. Sur la côte Est de Madagascar, on retrouve depuis plusieurs siècles du curcuma à l'état sauvage. Depuis une trentaine d'année, l'épice est cultivée en plantation à des fins commerciales mais c'est seulement depuis une dizaine d'années que la production de curcuma a pris de l'ampleur. La majorité de la production de curcuma de Madagascar se situe au sein de la commune d'Anivorano, district de Brickaville. Cette région fait partie des zones d'intervention du PPRR. Ce projet ayant comme objectif de soutenir toutes les activités paysannes, le PPRR appuie la filière curcuma à tous les niveaux. De plus, étant relativement récente, la filière est encore peu structurée et possède un fort potentiel de développement [106].

6. Rodrigues et les produits de terroir : porc, miel, piment et haricot

Il existe à Rodrigues un effet terroir unique, reflet de la rencontre d'une île isolée dans l'Océan Indien, d'un climat, et d'un fond de peuplement créole, qui a généré au cours de l'Histoire un ensemble de produits typiques et réputés sur le marché mauricien : charcuteries, viande porcine, Ti piment, haricot rouge, limon (ou citron), produits de la mer (« ourite » séchée), ainsi que certains produits transformés (achards, aigre doux). Ces produits peuvent faire l'objet d'une différenciation par le terroir. Conscientes de la richesse du terroir rodriguais, les autorités locales sont sur le point de mettre en place une marque ombrelle « Produit Rodrigues ». Cette stratégie structurera l'offre en produits rodriguais et les protégera de l'usurpation de la réputation, mais ne suffira pas pour que le développement des différentes filières s'accompagne de développement local.

Les études QualiREG du miel et des produits de charcuteries de Rodrigues montrent l'intérêt potentiel d'une indication géographique pour monter une filière compétitive tout en générant du développement territorial. La mise en place collective d'indication géographique, si elle est menée avec succès, sera peut-être le premier pas vers une relance de l'agriculture, sur un modèle peu productiviste mais très compétitif, ce qui s'accorde avec les enjeux de préservation des ressources naturelles et de développement de l'écotourisme [107].

a. Produits de charcuterie

La réputation des produits de charcuterie de Rodrigues suggère qu'il existe un savoir-faire local de transformation qui leur confère une haute qualité organoleptique. Certains mauriciens font le déplacement jusqu'à Rodrigues dans le seul but d'y acheter des produits de charcuterie artisanaux. L'absence d'infrastructure aux normes à Rodrigues pour l'abattage et la transformation fait qu'une importante partie des porcs de l'île sont exportés vivants vers Maurice. En conséquence, les rentes et l'emploi générés par l'abattage, la découpe, la transformation, le conditionnement et la distribution des produits issus de l'élevage porcin de Rodrigues sont externalisés vers Maurice. Cela constitue un manque à gagner pour Rodrigues qui investit dans un projet de construction d'abattoir en vue de développer sa filière porcine locale [107].

Potentiel - La viande porcine et les produits de charcuterie de Rodrigues sont réputés pour leur goût typique qui est difficile à caractériser mais reconnu par les connaisseurs. Les rodriguais revendent avec fierté le

caractère unique de la viande porcine produite localement. A Maurice, ceux qui ont eu l'occasion de visiter Rodrigues reconnaissent également que les produits de charcuterie de la petite île se démarquent de ceux rencontrés ailleurs [107].

Le goût « typiquement rodriguais » de la viande résulte vraisemblablement de deux composantes: (i) la présence d'une race locale, le « cozon noir »- cette race de petite taille est reconnue des habitants pour le goût typique de sa viande- ; (ii) l'alimentation des porcs qui ne trouve pas d'équivalent ailleurs. Dans les systèmes d'élevages traditionnels, ces derniers sont nourris avec une association variable de déchets ménagers (pelures, eaux de cuisson, restes des repas), de végétaux cultivés par la famille (maïs, manioc, patate douce, pomme de terre, fruits), ou prélevés dans l'environnement (herbes et fruits sauvages, acacia). Ce régime alimentaire étant classique des stratégies d'autosubsistance, il est probable que le goût typique du porc rodriguais soit lié aux caractéristiques des végétaux cultivés et prélevés (variétés locales, influence du climat et du sol) [107].

De son côté, le goût « typiquement rodriguais » des produits de charcuterie résulte non seulement de celui de la viande utilisée pour la fabrication, mais également d'autres composantes : (i) l'omniprésence du vent chargé d'embruns est à l'origine de conditions de séchage particulières (notamment pour les saucisses chinoises séchées en plein air) ; (ii) la particularité des épices locales (girofle, cannelle, et citronnelle dans le jambon rodriguais) entrant dans les recettes, elle-même liée aux conditions pédoclimatiques ; (iii) les secrets de fabrication des transformateurs qui sont liés à la rencontre de savoir-faire de diverses origines [107].

Contraintes- Les acteurs les plus expérimentés affirment qu'il est de plus en plus rare de rencontrer de la viande porcine au goût « typiquement rodriguais ». Il est probable que les particularités organoleptiques de la viande soient progressivement atténuées en raison de l'intensification de l'élevage : en effet cette dernière s'accompagne d'un changement dans l'alimentation des porcs du fait du recours croissant aux aliments concentrés, et aussi de l'abandon de la race locale « cozon noir ». Cette race disparaît car les éleveurs sont encouragés à avoir recours aux races améliorées : les acheteurs que sont les bouchers rodriguais et mauriciens, payent moins cher les porcs noir : bien qu'appréciés des consommateurs pour leur goût typique, les « cozon noirs » ont une ossature lourde à l'origine de faibles rendements en viande, et ont une pilosité qui rend leur peau particulièrement difficile à travailler [107].

Perspectives- En complément, voire même à la place d'une logique d'intensification tournée vers le marché de masse, la définition d'une nouvelle stratégie productive et commerciale est possible et souhaitable. Il existe en effet une niche économique à conquérir, que ce soit pour les produits de charcuterie ou pour la viande elle-même : celle du goût « typiquement rodriguais » [107].

b. Ti piment et au haricot rouge de Rodrigues

L'entreprise parapublique Rodrigues Trade Marketing Company (RTMC) et le centre de recherche agronomique pour le développement CIRAD collaborent pour identifier les conditions d'émergence d'une indication géographique appliquée au Ti piment et au haricot rouge à Rodrigues.

Ce travail a été réalisé grâce à l'appui financier du PNUD/UNDP (programme des Nations Unies pour le développement) à Rodrigues et avec un co-financement du réseau QualiREG [108].

La Commission de l'agriculture à Rodrigues a sollicité le CIRAD à La Réunion pour la réalisation d'une étude

de faisabilité concernant la mise en place d'un signe de qualité indication géographique protégée (IGP) pour le Ti piment de l'île Rodrigues. Cette étude s'appuie sur deux missions d'évaluation successives. La première a pour objectif la caractérisation agronomique du Ti piment de Rodrigues appelé Ti piment Rodrigues, la suivante concerne la co-construction du cahier des charges pour l'indication géographique protégée appliquée à ce piment [108].

7. Maurice : le café de Chamarel

Le café Chamarel de Maurice montre un potentiel intéressant pour une valorisation agrotouristique. Situées entre 20° 20' et 20° 25' de latitude Sud et à des niveaux d'altitude de l'ordre de 250 à 300 m, les caféières les plus anciennes ont été plantées à la fin des années 1960. Une expertise de Frédéric Descroix du CIRAD en juin 2011 à Maurice sur le café Chamarel 24 a montré des résultats intéressants (analyses physico-chimiques, sensorielles, potentiel de production/transformation). Le produit arabica de Chamarel malgré des défauts découlant de la culture et de la transformation est un produit qui présente un bon potentiel qualitatif [109].

8. Comores : potentiel des indications géographiques

Le café, le miel, la vanille et le girofle des Comores n'ont pas réellement été étudiés et encore moins caractérisés. Ces produits ont été identifiés pour analyser leur potentiel en indication géographique et en produit à haute valeur ajoutée.

Des études sont en cours sur l'ylang-ylang et le basilic à méthyl cinnamate sont en cours. Le travail de caractérisation a pour objectif d'identifier le potentiel de valorisation.

Une étude comparative de l'ylang-ylang de l'Océan Indien est en cours. L'huile essentielle d'ylang-ylang des Comores présente un certain nombre de caractéristiques organoleptiques. En comparaison avec des huiles essentielles d'autres d'origines, elle montre une qualité supérieure. Un travail a été entamé afin de réaliser une comparaison plus approfondie sur la morphologie des tiges, feuilles et fleurs ; une comparaison génétique des différents pieds rencontrés aux Comores, à Mayotte et à Madagascar ainsi qu'une comparaison des paramètres physico-chimiques. Les premiers résultats confirment que sur le plan génétique et morphologique, les plants sont assez semblables voire même identiques. Une étude plus approfondie permettrait de caractériser alors le lien entre terroir et spécificité des produits et ainsi construire une démarche indication géographique.

Une étude sur la caractérisation physico-chimique du basilic des Comores est en cours. Le basilic à méthyl cinnamate est une espèce de basilic qui a été identifiée aux Comores et qui a même connue une activité commerciale à l'époque coloniale. Une étude est en cours sur la caractérisation de la plante dans le but de la valoriser avec l'identification de la composition chimique de l'huile essentielle et des extraits, et la mise en place d'une clé d'identification.

La Réunion et le potentiel des indications géographiques

A La Réunion, le potentiel des indications géographiques se place sous la réflexion et la mise en place d'indications géographiques européennes : IGP et AOP présentées dans la partie suivante.

CHAPITRE 2 : SYSTÈME COLLECTIF DE GESTION DES SIGNES D'ORIGINE EUROPÉENS ET FRANÇAIS : L'ORGANISME DE DÉFENSE ET DE GESTION (ODG)

L'organisme de défense et de gestion est indispensable dans les démarches européennes et françaises IGP, AOP et AOC mais aussi pour le label rouge. Dans l'analyse des facteurs de réussite de projet de labellisation, la dimension collective ressort systématiquement. Comment s'organiser collectivement autour d'un signe de qualité ? Le cadre de mise en place des ODG apporte des éléments de réponse. Voici la définition des ODG extraite des guides du demandeur IGP, AOP- AOC et label rouge [110-112].

Qu'est-ce qu'un organisme de défense et de gestion ?

L'organisme de défense et de gestion (ODG) est l'organisme chargé d'assurer la défense et la gestion du produit sous signe. Il est doté de la personnalité civile. La qualité d'ODG est reconnue par l'autorité compétente de l'Etat après avis du comité national concerné. Il est l'interlocuteur de l'autorité compétente lors de l'instruction de la demande puis après la reconnaissance du signe, pour la gestion de celui-ci. Un seul ODG est reconnu pour chaque produit (mais un ODG peut gérer plusieurs produits et/ou plusieurs signes).

Missions de l'ODG

Il contribue à la mission d'intérêt général de préservation et de mise en valeur des terroirs, des traditions locales et des savoir-faire ainsi que des produits qui en sont issus. Le groupement reconnu en qualité d'ODG a en charge les missions suivantes concernant le produit concerné :

- il élabore le projet de cahier des charges, contribue à son application par les opérateurs et participe à la mise en œuvre des plans de contrôle et d'inspection (rôle d'animation, réalisation du contrôle interne),
- il tient à jour la liste des opérateurs, qu'il transmet périodiquement à l'organisme de contrôle et à l'autorité compétente,
- il participe aux actions de défense et de protection du nom, du produit et du terroir, à la valorisation du produit ainsi qu'à la connaissance statistique du secteur,
- il met en œuvre les décisions du comité national qui le concernent,
- il choisit l'organisme qui sera chargé du contrôle du cahier des charges conformément aux dispositions relatives aux organismes de contrôle,
- il élabore conjointement avec l'organisme de contrôle un plan de contrôle ou un plan d'inspection,
- il communique à l'autorité compétente, sur sa demande, toute information collectée dans le cadre de ses missions,
- il donne son avis sur le plan de contrôle.

La nature de l'organisme demandeur

En pratique, l'ODG est une structure syndicale (syndicat professionnel) ou associative (association loi 1901).

Sa forme juridique doit être compatible avec les missions et les conditions précitées. La forme associative semble cependant la plus appropriée.

Conditions à remplir pour la reconnaissance en qualité d'ODG d'une structure

La reconnaissance en qualité d'ODG est subordonnée à la condition que ses règles de composition et de fonctionnement permettent : (i) la représentativité des opérateurs et (ii) une représentation équilibrée des différentes catégories d'opérateurs pour le produit en cause.

Procédure de reconnaissance en qualité d'ODG

La demande de reconnaissance en qualité d'ODG doit se faire en même temps que la demande de reconnaissance d'un signe officiel de la qualité et de l'origine.

Suivi des ODG

L'ODG communique à l'autorité compétente, sur sa demande, toute information collectée à l'occasion de l'exécution de ses missions. L'ODG communique également à l'autorité compétente sur sa demande notamment son budget, et le cas échéant, les modalités de calcul des taux de cotisation votés, ses bilans et comptes de résultats, le rapport d'activité, le compte rendu des assemblées générales et tous documents nécessaires au suivi et au contrôle de son activité. Lorsqu'un ODG ne remplit plus les conditions auxquelles est subordonnée sa reconnaissance ou lorsqu'il n'assure plus ses missions, l'autorité compétente peut prononcer, après avis du comité national compétent, le retrait de sa reconnaissance.

Remarques sur le dispositif des ODG

L'ODG est au cœur des dispositifs des signes de qualité IGP, AOP-AOC et label rouge. Dans les **facteurs de réussite** de ces signes, la transparence ainsi que la gestion et l'animation collectives sont des facteurs **dé-cisifs**. De plus, les règles de reconnaissance de l'ODG avec des obligations de **représentativité** permettent à tous les acteurs de la filière de participer au pilotage du signe. Ces règles permettent de « gommer » en partie les asymétries de pouvoir qui existent entre les acteurs de la filière et ainsi permettent au plus petit de retrouver un relatif pouvoir de négociation dans la gestion du produit.

Les règles de fonctionnement de l'ODG qu'elles soient réglementaires ou définies par les acteurs sont indispensables pour gérer les potentiels conflits qui peuvent apparaître. En effet, la mise en place et la gestion d'un signe sont **sources de différends entre les acteurs qui ne partagent pas la même vision du produit et la même stratégie de la filière**. Les différends peuvent évoluer en conflits lors des différentes phases de la mise en place d'une démarche : définition du cahier des charges, définition du plan de contrôle, stratégie et valorisation du produit, gestion des adhérents....



CHAPITRE 3 : L'IGP INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE



L'IGP est une démarche collective. Elle est obligatoirement portée par une structure fédérative : l'organisme de défense et de gestion (ODG) qui représente et rassemble les opérateurs de la filière du produit (cf. chapitre 2).

Type de démarche

Dénomination d'un produit par sa région, un lieu déterminé voir, cas exceptionnel, d'un pays, protégée par un règlement européen. Les produits affichant le logo IGP possèdent une caractéristique ou une réputation particulière qui les associent à cette origine. Il est nécessaire qu'au moins une étape se déroule dans cette zone, alors que les matières premières peuvent provenir d'une autre région. L'enregistrement IGP confère au producteur le droit exclusif d'utiliser le nom enregistré pour ses produits. Le cahier des charges établit les conditions qui doivent être respectées par toutes les parties intéressées à la suite de l'enregistrement.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

La décision prise en 1985 par les chefs d'Etats et de gouvernements des Etats membres de l'Union Européenne de réaliser le 1er janvier 1993 un marché unique permettant la libre circulation des biens, des services et des personnes a eu de très importantes répercussions dans le secteur des denrées agroalimentaires, particulièrement pour les produits de qualité bénéficiant d'une appellation d'origine, d'un label ou d'une certification de conformité, ainsi que de l'agriculture biologique [44].

Afin de maintenir un haut niveau de protection et de sécurité des consommateurs et d'éviter une banalisation et une standardisation des produits agroalimentaires, notamment des produits de qualité et de terroir, l'Union Européenne a décidé de se doter d'une réglementation en faveur des produits agroalimentaires de qualité destinée à protéger les bassins de production, terroirs et les savoir-faire locaux. Il ne s'agit pas pour l'Union Européenne, de définir ou d'harmoniser la notion de qualité mais plutôt de reconnaître l'ensemble des démarches de valorisation de la qualité et d'origine existant dans les Etats membres et de les protéger [44].

2. Objectifs actuels

L'Europe est réputée pour la grande diversité de son agriculture, de ses produits alimentaires et de ses boissons. Ces produits sont le fruit de ses milieux naturels et de ses méthodes de culture, résultat d'une tradition séculaire d'activité agricole. Les produits alimentaires et les boissons, tout comme la gastronomie, constituent un élément essentiel de l'identité culturelle des peuples et des régions d'Europe. L'un des principaux atouts de l'agriculture européenne est la renommée de ses produits alimentaires de qualité [83]. Cette

recherche de la qualité est un élément essentiel de la stratégie du secteur agroalimentaire européen sur le marché mondial.

L'IGP garde ses objectifs initiaux de protection et d'information loyale envers le consommateur. A cela s'ajoute, au travers de la politique de qualité européenne, une meilleure valorisation des produits sur le marché européen et à l'international, une information sur les caractéristiques du produit et de l'origine au consommateur, une différenciation des produits et une meilleure diffusion du message commercial, une contribution effective au développement rural.

Ainsi les fonctionnalités de l'IGP comme instrument de protection se sont peu à peu déplacées vers des fonctionnalités de valorisation en permettant la reconnaissance d'une qualité différenciée, et de développement territorial en assurant un avantage concurrentiel pérenne sur un territoire localisé. Plus qu'une protection, l'IGP est aujourd'hui une mention communicante au service du territoire. Pour se faire Bérard et Marchenay [113] développent trois logiques d'action dans la mise en place d'une IGP :

- le développement économique des entreprises agro-alimentaires, notamment de l'aval. C'est souvent le cas autour des produits transformés (par exemple, le cas du foie gras) ;
- l'aménagement du territoire par le développement économique de l'ensemble des entreprises et tout particulièrement des exploitations agricoles (cas des produits bruts) ;
- la valorisation de l'image d'un territoire à travers la spécificité d'un produit.

3. Objectifs observés

L'IGP permet une garantie de traçabilité et des caractéristiques contenues dans le cahier des charges. L'IGP organisée autour de l'ODG permet une structuration des acteurs autour de la qualité. Il est à noter une meilleure valorisation économique dans certains cas mais elle n'est pas automatique.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

L'organisme compétent de l'Etat membre instruit toute demande d'obtention ou de révision du signe. La Commission Européenne définit, enregistre et officialise les IGP.

2. Procédure de demande

Les porteurs de projet doivent se rapprocher de l'autorité compétente de leur Etat ou d'un Etat membre de l'UE pour un travail d'accompagnement en amont du dépôt de la demande.

Dans l'Océan Indien :

A La Réunion : les porteurs de projet peuvent se rapprocher le l'IRQuA pour un accompagnement et de l'INAO du Languedoc Roussillon à laquelle est rattachée la région Réunion. Des porteurs de projet à Madagascar, aux Comores, à Maurice ou aux Seychelles pourront se rapprocher soit de l'IRQuA de La Réunion, soit d'un organisme compétent d'un Etat membre de l'UE.

Toujours en amont du dépôt de la demande, l'organisme certificateur doit être identifié et choisi afin de collaborer sur le projet de **plan de contrôle** qui doit être déposé auprès des services de l'autorité compétente au cours de l'instruction de la demande.

Dans l'Océan Indien : OCTROI est compétent pour la certification IGP.

Le dossier finalisé à déposer auprès des services de l'autorité compétente lors d'une demande de reconnaissance en IGP est composé des documents suivants :

- un courrier de transmission ;
- **une demande de reconnaissance en qualité d'ODG** ;
- **le projet de cahier des charges** ;
- le projet de document unique ;
- la demande de protection nationale transitoire, le cas échéant ;
- la fiche d'auto évaluation (à remplir par les opérateurs).

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Les autocontrôles et contrôles internes sont effectués par l'ODG. Des contrôles externes par l'organisme certificateur sont prévus selon le plan de contrôle défini dans le cahier des charges.



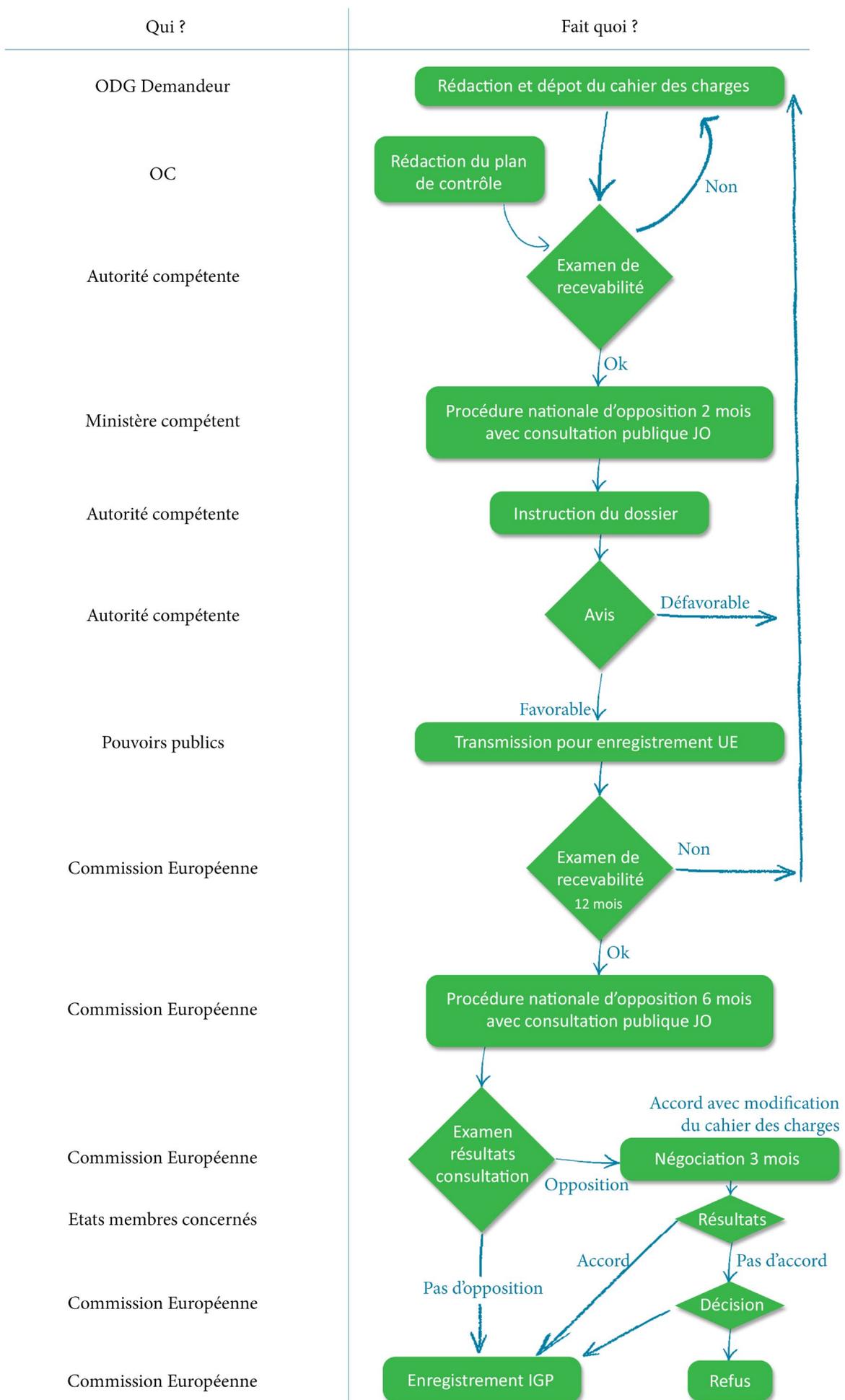
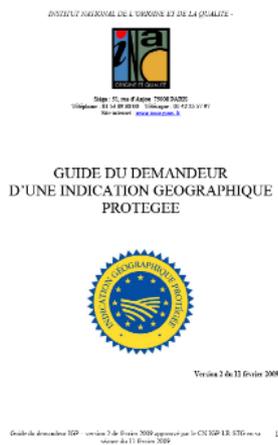


Schéma 1 : Schéma de la procédure d'une demande d'IGP

Cahier des charges de la démarche

Le cahier des charges est élaboré par les parties prenantes de l'IGP via l'ODG et doit comporter les rubriques suivantes [111] :



1. Le demandeur
2. Le nom du produit
3. Le type de produit
4. La description du produit
5. La délimitation de l'aire géographique
6. Les éléments prouvant que le produit est originaire de l'aire délimitée
7. La description de la méthode d'obtention
8. Le lien à l'origine
9. Le nom de l'organisme de contrôle
10. Les règles d'étiquetage
11. Les exigences éventuelles à respecter

Il définit **le nom du produit et son nom géographique** ce qui va déterminer le domaine de protection de l'IGP. Cette définition va déterminer l'efficacité de la protection (plus l'aire géographique est importante, plus il est difficile de justifier le lien du produit à l'origine, de réserver et protéger le nom géographique). Des preuves d'utilisation du nom seront demandées par le comité national et la Commission Européenne, et devront démontrer l'utilisation actuelle et ancienne du nom proposé à l'enregistrement [111].

Une **description du produit** et ses modes de présentation est aussi demandée et doit permettre de mettre en avant ses caractéristiques et ses spécificités. Il est reconnu que plus un produit est spécifique, plus il a de chances d'affirmer son identité et sa notoriété. Sa stratégie de différenciation et de segmentation sera d'autant plus forte pour se positionner sur le marché[111].

La **délimitation de l'aire géographique** doit être la plus précise possible [111].

Les **éléments relatifs à la traçabilité** et les documents et registres associés (tels que les registres de comptabilité matière, registres d'élevage, cahiers d'alimentation du troupeau, etc.) doivent être présentés. Les schémas ou tableaux illustrant la traçabilité ascendante et descendante, de la production au conditionnement (ou au-delà si des conditions de production spécifiques sont prévues dans le cahier des charges), doivent figurer dans le cahier des charges IGP [111].

La **description des méthodes d'obtention** constitue le corps technique de la demande et doit mettre l'accent sur les conditions de production qui ont une incidence sur les spécificités du produit en lien avec son origine géographique. Il contient la description de la méthode d'obtention du produit qui s'impose à tous pour pouvoir bénéficier de l'IGP. Le cahier des charges devra présenter un schéma montrant toutes les étapes de la fabrication ayant une incidence sur les caractéristiques spécifiques du produit. Chaque étape devra être reprise point par point dans le détail, précisant les valeurs cibles. Le manque de précisions risquerait d'entraîner une grande variabilité dans le processus de fabrication et ainsi, dans les produits pouvant bénéficier de l'IGP [111].

Remarques sur la construction du cahier des charges.

L'élaboration de cette partie a une grande incidence sur le périmètre des parties prenantes de l'IGP. Plus les méthodes d'obtention du produit sont contraignantes techniquement, plus il est difficile de les respecter. Cette partie a donc une incidence sur le nombre d'opérateurs **éligibles techniquement** pour l'IGP et sur la **faisabilité du projet**. Un cahier des charges trop contraignant risque de décourager certains membres. D'un autre côté, c'est le respect de ces paramètres techniques qui va déterminer la **qualité et la spécificité** du produit.

Un **long travail de réflexion et de dialogue** est donc nécessaire lors de l'établissement du niveau qualitatif afin de prendre en compte la réalité économique pour ne pas réserver le nom géographique à un nombre trop restreint d'opérateurs de la zone et assurer la réussite du projet.

Le lien à l'origine est le point essentiel qui justifie le dépôt d'une demande IGP. Il doit faire le lien entre le produit, ses spécificités ou particularités et le nom géographique demandé. Il s'articule autour de trois notions : une qualité déterminée, une réputation ou une autre caractéristique. La justification se fait en trois parties [111] :

- **spécificité de l'aire,**
- **spécificité du produit**
- **lien causal entre l'aire géographique et une qualité spécifique, la réputation ou une autre caractéristique du produit**

Il s'agit d'expliquer comment ces notions sont liées à l'aire géographique et de déterminer ainsi les critères de délimitation et les spécificités du produit qui en découlent. Les éléments avancés dans cette partie doivent être **en cohérence** avec les parties décrivant le produit, l'aire géographique et les méthodes d'obtention.

Une première partie devra décrire la **spécificité de l'aire**. Il s'agit de préciser ici les facteurs naturels et humains qui ont une influence sur le(s) caractéristique(s) du produit.

Une seconde partie devra décrire la **spécificité du produit**. Il s'agit de mettre en évidence une qualité spécifique qui identifie le produit IGP. Des références aux méthodes analytiques (y compris organoleptique, le cas échéant) ou aux éléments du savoir-faire sont possibles.

La spécificité du produit peut reposer :

- Sur une qualité déterminée ou sur une autre caractéristique : (il ne faut pas confondre la notion de « qualité supérieure » sur laquelle se base le label rouge avec la notion de « qualité déterminée » sur laquelle se base l'IGP). Ce chapitre doit démontrer en quoi le produit candidat à l'IGP est spécifique en lien avec son origine géographique (sols, climat, savoir-faire, facteurs humains, historiques...). Celle-ci pourrait être mise en avant au travers de caractéristiques liées à des conditions de milieu ou de savoir-faire particuliers et localisés tels que : des caractéristiques chimiques, physiques, microbiologiques, organoleptiques. Il peut être fait référence à un savoir-faire spécifique, qui pourrait être valorisé en le comparant aux techniques usuelles.
- Sur la réputation : c'est généralement la rubrique la mieux argumentée et souvent la plus volumineuse. Elle comporte le plus souvent trois parties : historique, la réputation ancienne puis la réputation

tion actuelle. Le demandeur doit fournir dans ce paragraphe des éléments sur la réputation du nom proposé à l'enregistrement et des justificatifs sur sa réelle utilisation. En matière de réputation, celle-ci peut être soit locale, soit nationale ou internationale. Les éléments constituant la « réputation ancienne » servent à étayer le dossier sur l'antériorité d'usage de la dénomination et de la réputation, et devraient être pris en compte pour déterminer l'aire géographique ou la méthode d'obtention. Dans la partie « réputation actuelle », il s'agit de présenter la situation actuelle de la filière avec son poids économique local et national. Peuvent également être présentés des comparatifs de prix.

Une troisième partie devra définir le **lien causal entre l'aire géographique et une qualité spécifique, la réputation ou une autre caractéristique du produit**. Il convient ici de rappeler les facteurs du milieu et les facteurs humains (présentés en première partie) qui ont une incidence sur la spécificité du produit (présentée en deuxième partie) et d'établir la corrélation entre les deux qui matérialise la nature du lien. Il est impératif d'expliquer pourquoi la localisation entraîne une qualité différente ; il s'agit de l'influence de la localisation du produit sur ses caractéristiques propres (« qualité, réputation ou autres caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette origine géographique » selon les termes du règlement (CE) n° 510/2006 [88]).

Dans le cahier des charges doivent figurer les **références du ou des organismes chargé(s) du contrôle** de l'IGP (nom, adresse, téléphone, adresse électronique) et de préciser que l'organisme certificateur est conforme à la norme EN 45011. Les **règles d'étiquetage** sont présentées notamment les règles d'identification du produit IGP, sur l'étiquetage. Le nom et l'adresse de l'ODG doivent obligatoirement apparaître sur l'ensemble des étiquettes IGP. Enfin, selon les dispositions communautaires ou nationales, le cahier des charges doit indiquer les principaux points à contrôler ainsi que leurs méthodes d'évaluation. Les principaux points à contrôler du cahier des charges et leurs méthodes d'évaluation seront décrits de manière succincte et présentés sous forme de tableau.

Les démarches IGP à La Réunion

1. Vers une reconnaissance de la vanille de La Réunion : démarche IGP vanille de La Réunion

En 2007 à La Réunion, les plantations de vanille couvraient une surface d'environ 270 ha. Ces cultures se situent sur les côtes Est et Sud-est de l'île entre les communes de Sainte-Suzanne et Saint-Joseph. En raison des dégâts importants occasionnés par le cyclone Gamède, la surface en 2008 est descendue à environ 220 ha. La production totale de vanille verte est de 16 tonnes en 2007, avec environ 150 producteurs. Par ailleurs : 7,3 tonnes sont produites par la filière organisée, et 8,7 tonnes par des producteurs indépendants [115].

a. Potentiel

Les principaux marchés sont le marché local avec le tourisme et le marché haut de gamme à l'export. Le marché de la vanille est concurrencé notamment par un arôme de synthèse. L'arôme de synthèse est composé uniquement de la vanilline. Ce composé phénolique est le constituant principal des gousses de vanille. Néanmoins, ces gousses renferment environ 250 autres composés qui contribuent également à l'élaboration du bouquet aromatique de la vanille. Ainsi, bien qu'il soit aisé de produire de la vanilline de synthèse, l'arôme naturel de vanille est beaucoup plus complexe et a une qualité supérieure aux produits synthétiques. Le marché mondial est de plus en plus à la recherche de produits « naturels » ou issus de « l'agriculture biologique ».

La culture de vanille peut donc se pérenniser en répondant à cette demande [116].

Comme pour beaucoup d'épices et de plantes à parfum, un des éléments clés déterminant ses qualités organoleptiques est le terroir dans lequel la plante a poussé. Le contexte pédoclimatique de La Réunion fait que la vanille se développe favorablement dans les zones Est et Sud-est de l'île afin de produire des gousses de qualité.

La vanille de La Réunion a reçu à deux reprises (2008 et 2010), la médaille d'argent au concours général agricole organisé dans le cadre du salon de l'agriculture à Paris. La vanilleraie de La Réunion a eu la médaille d'or en 2011, alors qu'elle était en concurrence avec d'autres vanilles françaises (gousses de Mayotte, Guadeloupe et Nouvelle-Calédonie). Afficher aujourd'hui une telle médaille fait la différence, car le client est très sensible à ce genre de « label » [117].

b. Contraintes

Le constat est le suivant : (i) le prix d'achat est faible par rapport aux coûts de production à cause d'un marché international très concurrentiel ; (ii) les débouchés sont restreints avec un positionnement difficile à l'exportation pour une vanille non différenciée, mais il existe des créneaux sur une vanille de qualité supérieure ; (iii) les ventes directes se développent rapidement grâce au tourisme.

La filière vanille locale est actuellement en pleine restructuration. La production de vanille de La Réunion connaît sur le marché local, une forte concurrence de la production malgache (environ 1 500 tonnes par an) et comorienne. La vanille réunionnaise de qualité générique ne peut pas être compétitive à l'exportation du fait des coûts de main d'œuvre plus élevés qu'à Madagascar ou aux Comores. La production d'un produit différencié est alors une des perspectives de la filière. Or aujourd'hui l'appellation historique (1964) « Vanille Bourbon » ne permet pas de se démarquer des productions comorienne et malgache.

c. Perspectives

Pour reconnaître la spécificité de ses produits face à la concurrence internationale, la filière vanille réunionnaise s'est engagée dans une démarche de labellisation IGP de sa production. L'IGP permettra de protéger la réputation de qualité de la vanille de La Réunion et de faire reconnaître une qualité spécifique liée à son territoire d'origine.

2. Vers une reconnaissance du sucre de La Réunion : démarche IGP « sucre de canne de l'île de La Réunion »

L'interprofession du sucre de La Réunion a engagé des démarches pour obtenir une certification IGP en collaboration avec l'Institut réunionnais de la qualité (Irqua). L'IGP englobe 100% de la production de sucre de La Réunion [118].

a. Potentiel

Le sucre réunionnais est déjà reconnu pour sa qualité et sa spécificité sur le marché européen. La Réunion est le seul producteur de sucre de canne européen avec les Antilles, et propose un produit dans le respect des réglementations européennes, des champs à l'usine. De plus les caractéristiques de qualité telles que

la constance hygrométrique, les conditions microbiologiques conformes, une bonne granulométrie et une absence de points noirs sont reconnues et recherchées par les acheteurs européens.

b. Contraintes

La Réunion est leader sur le sucre roux consommé en Europe mais subit une forte concurrence sur le sucre vrac en export brut. Ce marché essentiellement représenté par les industriels recherche essentiellement un haut pouvoir sucrant. Les marges de différenciation sont donc faibles et le sucre de La Réunion est concurrencé à la fois par le sucre de betterave et le sucre de canne d'autres pays producteurs.

c. Perspectives

En offrant un produit stable microbiologiquement avec une teinte limitée et une constante hygrométrie, le sucre de La Réunion répond à la demande des industriels et peut faire la différence. La stratégie de la filière est donc d'asseoir la notoriété du sucre de canne de La Réunion sur ces caractéristiques. Sur un marché où les origines sont en concurrence, il est primordial de lier ces caractéristiques à l'origine pour maintenir ses marchés.

L'IGP est alors un outil permettant d'intégrer la stratégie de toute la filière sucre de canne de La Réunion car elle concerne ainsi toute la filière sucre de La Réunion et toutes les gammes de produit. L'obtention d'une IGP donnera à la filière des arguments supplémentaires dans les négociations futures : « L'Union Européenne est très attachée au maintien des cultures signalées par une indication géographique protégée, qui témoigne d'une démarche de qualité », souligne Florent Thibault [119], délégué du syndicat des fabricants de sucre de La Réunion. Ainsi, La Réunion mettra d'avantage en avant la spécificité de son sucre de canne et de son terroir. Demain, il ne sera plus vendu du « sucre de canne » mais du « sucre de canne de La Réunion », gage de qualité et de spécificité.

3. Le curcuma de La Réunion : un produit d'origine

Le curcuma de la Plaine des Grègues possède un territoire de production délimité par des zones géographiques bien précises et un certain nombre de caractéristiques spécifiques liées au territoire.

Entre la Rivière des Grègues et la Rivière des Remparts, la Plaine des Grègues est un village dont le nom provient de l'eau qui disparaît des bassins comme dans un filtre à café (« inn grèg » en créole). Situé à 600 mètres d'altitude, ce quartier des hauts de Saint Joseph compte à peu près 1900 habitants dont environ 30 familles de planteur.

a. Potentiel

Dans les années 80, la Plaine des Grègues produisait 80 tonnes par an de curcuma. Si la culture du curcuma est tombée à 5 tonnes par an vers 1989, grâce à la Fête du Curcuma et à sa médiatisation la production est d'aujourd'hui de 13 tonnes par an [120]. Chaque année la Maison du Curcuma attire environ 22 000 personnes dans le mini-cirque de la Plaine des Grègues.

b. Contraintes

Le curcuma est concurrencé par l'importation de produit de qualité inférieure et de fraude pour son appellation La Réunion et « Plaine des Grègues »

c. Perspectives

Des marques existent pour identifier une qualité et une recette traditionnelle comme « curcuma de luxe ». Seule la meilleure partie du curcuma est récoltée et sélectionnée, c'est-à-dire la « mère » (partie centrale du rhizome), séchée ensuite au soleil pendant plusieurs jours. Des réflexions IGP sont aussi en cours pour étudier le potentiel de protection et de valorisation du label pour la filière.

4. IGP vin de Cilaos

Le vin de Cilaos est le vin de montagne produit depuis quelques années dans le cirque de Cilaos, à La Réunion. C'est l'un des seuls vins français produit dans l'hémisphère Sud.

a. Potentiel

Introduite dans l'île dès 1665 par les premiers colons, la vigne ne fut longtemps plantée que dans les régions de Saint-Paul et Saint-Denis. La viticulture finit par gagner les Hauts de l'île au milieu du XIXe siècle à la faveur de leur peuplement par les « petits blancs ». A la fin des années 80' une dizaine de viticulteurs du cirque de Cilaos décide de relever le défi d'une viticulture moderne. En 1992, date de la plantation des premiers cépages nobles dans le cirque, la coopérative le Chai voit le jour. Ils sont alors une dizaine d'agriculteurs de la commune qui exploite huit hectares. La première vendange fut celle du chenin en 1996. On en tirait alors un vin blanc sec ou moelleux. Le premier vin rouge produit à Cilaos ne le fut qu'en 1998 à partir d'un mélange de pinot noir et de malbec. En 1998, l'objectif est alors d'étendre la production sur une vingtaine d'hectares. En 2001, la production atteint 35 000 bouteilles par an. D'année en année, la production se bonifie. La reconnaissance vient en 2004 avec l'appellation « Vin de Pays de Cilaos ». Aujourd'hui, le Chai produit environ 50 000 bouteilles par an [121].

b. Contraintes

En application de l'organisation commune du marché du vin entrée en vigueur le 1er août 2009, les vins de pays existants deviennent des IGP. Les « Vins de Pays » devenus IGP bénéficient ainsi d'une protection de nom plus forte.

c. Perspectives

Le Chai de Cilaos avec son appellation « Vin de Pays » s'est donc engagé dans la démarche IGP. Un travail avec l'organisme certificateur OCTROI a démarré pour présenter le nouveau dispositif à la profession et pour définir une méthodologie de travail entre OCTROI, le Chai et l'INAO.

5. IGP rhum

La réglementation européenne oblige les spiritueux portant une dénomination géographique à rentrer dans

une démarche IGP. La filière rhum de La Réunion a donc initié les démarches.

6. IGP « Lentille de Cilaos »

La lentille est cultivée de manière traditionnelle dans le cirque de Cilaos depuis le début du XIXème siècle. Elle constitue une ressource locale très importante en termes de notoriété du cirque (attrait touristique) et de revenus pour les producteurs. Cependant dans les années 90', la production a connu un déclin important suite à de nombreuses difficultés techniques et organisationnelles.

Depuis le début des années 2000, les producteurs, élus et collectivités territoriales locales conduisent une réflexion sur le moyen de redynamiser la filière.

En février 2008, l'association de producteurs de lentilles de La Réunion souhaite entreprendre une démarche de valorisation afin de structurer et professionnaliser la filière ainsi que contribuer à une valorisation socio-touristique du territoire.

Suite à un travail avec OCTROI, l'association a choisi de s'orienter vers une démarche de reconnaissance IGP comme outil de valorisation.



CHAPITRE 4 : LES APPELLATIONS D'ORIGINE : AOP - APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE ET AOC - APPELLATION D'ORIGINE CONTRÔLÉE



La reconnaissance d'une appellation d'origine consacre l'existence d'un produit, dont la qualité et les caractéristiques sont liées à une origine géographique, et celle d'un nom jouissant d'une notoriété établie. Elle suppose donc des liens étroits entre le milieu géographique (qui comprend les facteurs naturels et humains) et les caractéristiques du produit (typicité).



L'AOP et l'AOC sont des démarches collectives. Elles sont obligatoirement portées par une structure fédérative : l'Organisme de Défense et de Gestion (ODG) qui représente et rassemble les opérateurs de la filière du produit (cf. chapitre 2).

Type de démarches

En France, l'AOC, appellation d'origine contrôlée, est la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains. Le produit AOC présente une typicité liée à son terroir. Le produit possède un nom jouissant d'une notoriété établie et sa production est soumise à des procédures comportant une habilitation des opérateurs, un contrôle des conditions de production et un contrôle des produits.

L'A.O.P, l'appellation d'origine protégée, est la reconnaissance européenne de l'AOC. En France, l'AOP est le préalable de l'AOC. Pour les produits agroalimentaires sauf le vin, l'AOP et l'AOC forment ainsi la même démarche en France.

Objectifs des démarches

1. Objectifs historiques

Les signes officiels de qualité et d'origine ne sont pas une réponse opportuniste et récente à des stratégies de segmentation de marché mais font partie des instruments d'une politique ancienne, notamment en France. Il s'agit d'une œuvre de longue haleine, entreprise dès le début du siècle, et visant à doter la France d'instruments de compétitivité par la qualité et l'origine au bénéfice des consommateurs, des professionnels de la filière et de l'aménagement du territoire [44].

L'AOC est la première et la plus ancienne démarche. Dès le début du XIXe siècle, on voit apparaître des dispositions législatives assurant la protection de l'origine du produit. Et visant d'abord à protéger un produit unique, non reproductible dans un autre territoire et susceptible de varier dans le temps en fonction des conditions pédoclimatiques et des savoir-faire de producteurs [44].

En 1992, l'Union Européenne a instauré un système de protection et de promotion des produits alimentaires traditionnels et régionaux s'inspirant de certains régimes nationaux existants, par exemple les AOC (appella-

tions d'origine contrôlée) françaises et les DOC (denominaciones d'origine controllata) italiennes. Soucieuse d'optimiser la valeur de certains produits, l'Union Européenne a décidé d'en protéger les appellations et d'établir les conditions de leur utilisation de manière à préserver leur caractère spécifique et traditionnel. La politique de qualité appliquée par l'Union Européenne aux produits agricoles et alimentaires vise à [83] :

- favoriser la diversité de la production agricole ;
- protéger les dénominations des utilisations abusives et des imitations ;
- aider les consommateurs à comprendre le caractère spécifique des produits.

2. Objectifs actuels

Comme pour l'IGP, L'AOP (AOC) garde ses objectifs initiaux de protection et d'information loyale envers le consommateur. A cela s'ajoute, au travers de la politique de qualité européenne, une meilleure valorisation des produits sur le marché de l'Union Européenne et à l'international, une information sur les caractéristiques du produit et de l'origine au consommateur, une différenciation des produits, une meilleure diffusion du message commercial et une contribution effective au développement rural.

L'AOP (AOC) est une démarche de protection du terroir. Par l'identification et la reconnaissance de cette qualité différenciée, elle assure la valorisation des produits du patrimoine territorial. L'AOP (AOC) renforce ses objectifs historiques d'aménagement du territoire avec des objectifs de développement territorial en permettant à une filière territoriale de se structurer autour d'un collectif et d'un produit.

3. Objectifs observés

L'AOP (AOC) permet une garantie de traçabilité et des caractéristiques contenues dans le cahier des charges. L'AOP (AOC) organisée autour de l'ODG permet une structuration des acteurs autour de la qualité. Il est à noter une meilleure valorisation économique dans certains cas mais elle n'est pas automatique.

Cadre des démarches

1. Garant et gestionnaire du dispositif des démarches

Dans le cas d'une AOC, l'INAO, l'institut national de l'origine et de la qualité, est compétent pour instruire toute demande d'obtention ou de révision du signe. Il établit avec les professionnels, les cahiers des charges et les projets de textes officiels définissant les conditions de production des produits sous signes. L'AOC est régie par un cahier des charges validé par les services de l'INAO.

L'INAO est également chargé de délimiter les aires géographiques de production, ces délimitations s'appuient sur des bases scientifiques dans le domaine de la géologie, pédologie, agronomie, histoire, géographie, sociologie, ethnographie. La délimitation concernant un produit est fixée dans son texte officiel. L'institut assure également une information régulière des opérateurs, des organismes de défense et de gestion et des organismes de contrôle sur les décisions, les orientations et les débats au sein des instances de l'INAO. Il assure la publicité des décrets et des cahiers des charges ainsi que celle des publications légales inhérentes au déroulement des procédures et démarches des opérateurs. L'INAO assure un suivi des dossiers adoptés, ainsi qu'un suivi économique et statistique à partir des données communiquées par les organismes de défense et de gestion, à la demande de l'INAO.

Enfin, le dispositif de contrôle est opéré sous l'autorité de l'INAO, à savoir :

- les organismes certificateurs sont obligatoirement agréés par l'INAO et exercent les contrôles sous l'autorité de l'Institut ;
- l'INAO assure le suivi des organismes de contrôle et assure la bonne exécution des contrôles ;
- Les agents de l'INAO qui disposent d'un pouvoir d'enquête, sont assermentés.

Dans le cas d'une AOP, c'est l'organisme compétent de l'Etat membre qui instruit toute demande d'obtention ou de révision du signe. La Commission Européenne définit, enregistre et officialise les AOP.

2. Procédure de la demande

Les porteurs de projet doivent se rapprocher de l'autorité compétente d'un Etat membre de l'Union Européenne pour un travail d'accompagnement en amont du dépôt de la demande.

Dans l'Océan Indien : à La Réunion, les porteurs de projet peuvent se rapprocher de l'IRQuA pour un accompagnement et de l'INAO du Languedoc Roussillon à laquelle est rattachée la région Réunion. Des porteurs de projet à Madagascar, aux Comores, à Maurice ou aux Seychelles pourront se rapprocher soit de l'IRQuA de La Réunion, soit d'un organisme compétent d'un Etat membre.

Toujours en amont du dépôt de la demande, l'organisme certificateur doit être identifié et choisi afin de collaborer sur le projet de **plan de contrôle** qui doit être déposé auprès des services de l'autorité compétente au cours de l'instruction de la demande.

Dans l'Océan Indien : l'OCTROI est compétent pour la certification AOP dans la zone Océan Indien.

Le dossier à déposer auprès des services locaux de l'autorité compétente lors d'une demande de reconnaissance en AOP (AOC) est composé des documents suivants :

- le courrier de transmission ;
- **la note de présentation et de motivation du projet** ;
- **la demande de reconnaissance de l'organisme de défense et de gestion (ODG)** ;
- **le projet de cahier des charges** ;
- le projet de document unique.

Dans la note de présentation et de motivation du projet qui doit accompagner la demande, les porteurs de projet doivent y décrire leurs motivations de la demande et son positionnement vis-à-vis des produits de même catégorie. De même une présentation de la filière de production doit permettre de situer la produc-

tion dans son contexte économique (description de la filière, nombre d'opérateurs de la filière et localisation géographique, potentiel d'évolution de la production, descriptif synthétique des systèmes de production des exploitations, volumes, circuits de commercialisation du produit, prix de vente, conditionnements / modes de présentation utilisés). Ces données doivent être replacées dans le contexte du marché d'autres produits de même type [110].

L'organisme de contrôle choisi devra déposer un plan de contrôle (ou d'inspection) auprès des services de l'organisme compétent au cours de l'instruction de la demande.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Les autocontrôles et contrôles internes sont effectués par l'ODG. Des contrôles externes par l'organisme certificateur sont prévus selon le plan de contrôle défini dans le cahier des charges.

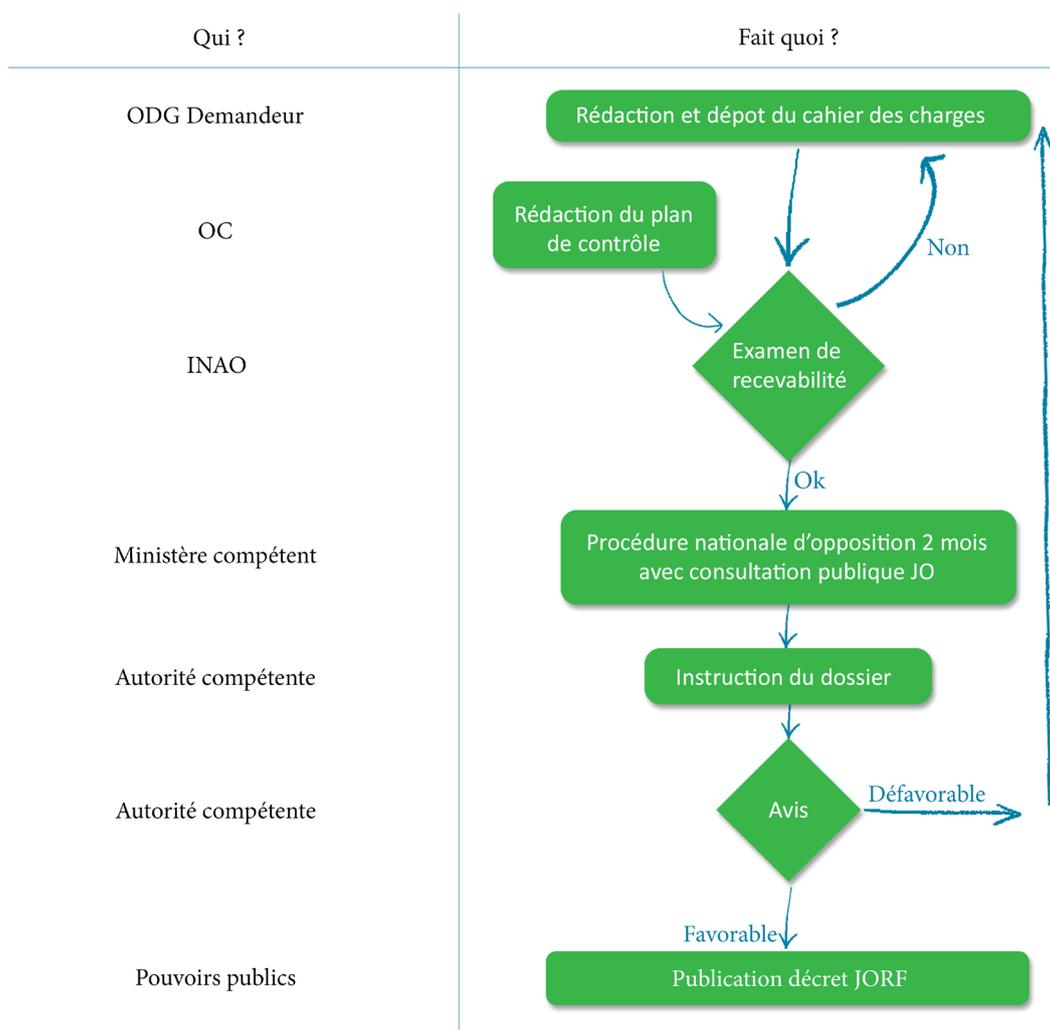


Schéma 2 : Schéma de la procédure d'une demande d'AOC

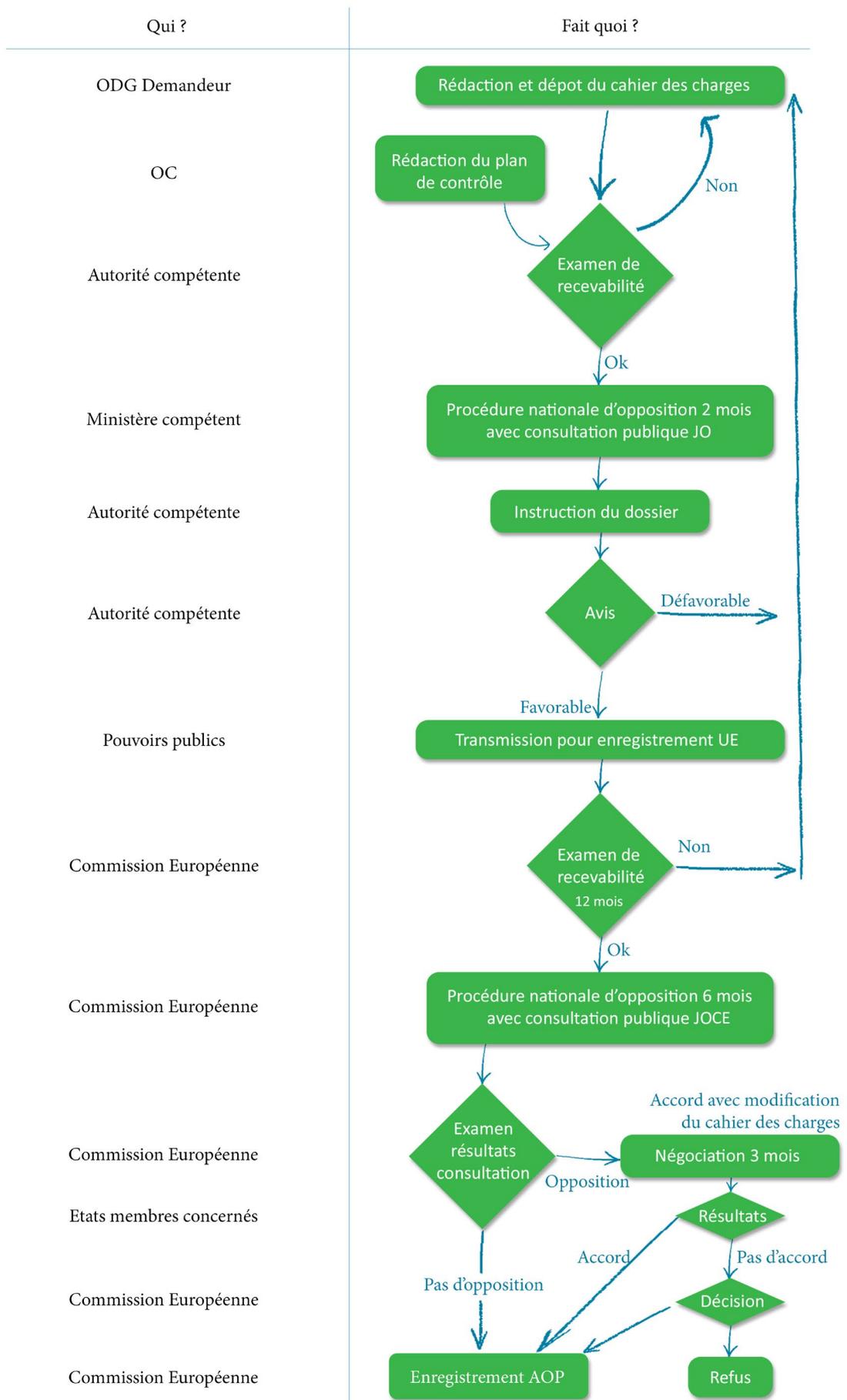
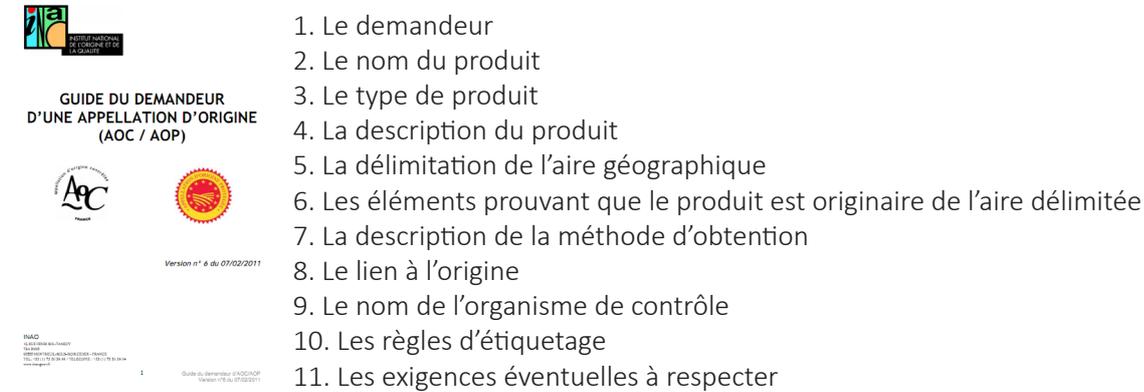


Schéma 3 : Schéma de la procédure d'une demande d'AOP

Cahier des charges des démarches

Le cahier des charges AOP (AOC) reprend les mêmes éléments que le cahier des charges IGP, nous noterons seulement les différences significatives. Le cahier des charges est élaboré par les parties prenantes de l'AOP (AOC) via l'ODG et doit comporter les rubriques suivantes :



1. Le demandeur
2. Le nom du produit
3. Le type de produit
4. La description du produit
5. La délimitation de l'aire géographique
6. Les éléments prouvant que le produit est originaire de l'aire délimitée
7. La description de la méthode d'obtention
8. Le lien à l'origine
9. Le nom de l'organisme de contrôle
10. Les règles d'étiquetage
11. Les exigences éventuelles à respecter

L'argumentation concernant le choix du nom du produit et son nom géographique doit contenir des justifications en plus de l'antériorité de l'usage de ce nom pour ce type de produit et de l'usage actuel qui est fait de ce nom, sur la notoriété du produit vendu sous ce nom. La reconnaissance d'une AOP (AOC) ne vise pas à créer de nouvelles dénominations mais bien à reconnaître l'usage d'un nom lié à des usages de production. La notoriété du nom doit donc être dûment établie et démontrée.

Concernant la description du produit, il est important de rappeler que l'appellation d'origine permet une diversité des pratiques, dans la limite de règles de production définies collectivement, au sein des cahiers des charges. Cette diversité se traduit dans l'expression sensorielle des produits, qui ne doit pas être réduite à un simple profil sensoriel. En outre, ce sont les opérateurs eux-mêmes qui doivent s'approprier cette démarche, même s'ils font appel à des conseils extérieurs, car leur savoir-faire contribue à forger l'identité du produit.

La délimitation de l'aire géographique déposée par le porteur de projet doit être définie et argumentée. L'AOP (AOC) identifiant un produit tirant ses caractéristiques de son origine géographique, il est très important que l'aire proposée soit cohérente avec les facteurs naturels et humains. Il est signalé que la proposition initiale d'aire géographique déposée par le demandeur fera l'objet d'une expertise pouvant conduire à modification. En effet, pour réaliser les travaux de délimitation dans le domaine des appellations d'origine contrôlée, l'organisme compétent peut faire appel à des experts indépendants. C'est seulement à l'issue des travaux de ces experts et d'une commission d'enquête de l'organisme compétent, en collaboration avec l'organisme de défense et de gestion, et après une phase de consultation publique sur le projet d'aire, que l'aire de production définitive est proposée à l'organisme compétent.

La description des méthodes d'obtention doit mettre l'accent sur les éléments qui ont une incidence sur les spécificités du produit en lien avec son origine géographique. Les conditions de production doivent garantir le maintien du lien du produit avec son terroir.

La définition de l'AOP (AOC) suppose un lien étroit entre le produit et son origine géographique. La justification se fait en trois parties : (i) spécificité de l'aire, (ii) spécificité du produit et (iii) lien causal entre l'aire

géographique et une qualité spécifique, la réputation ou une autre caractéristique du produit.

L'organisme de défense et de gestion doit s'interroger sur l'étape à partir de laquelle le produit peut bénéficier de l'AOP (AOC) (après l'affinage, après le tri, après le conditionnement). Ceci détermine jusqu'à quelle étape définir les conditions de production. En effet, toutes les conditions de production définies pour une AOP (AOC) doivent se dérouler dans l'aire géographique de production. Il est possible de prévoir une obligation d'effectuer les opérations de tranchage, râpage ou conditionnement à l'intérieur de l'aire géographique. Ce type d'obligation constitue une restriction à la libre circulation des marchandises et à la libre prestation de service. Aussi, la proposition ne peut être acceptée au niveau national et au niveau européen que si des arguments sont apportés démontrant que cette obligation est justifiée par un souci de préservation des caractéristiques du produit, de contrôle et / ou de traçabilité.

Concernant la description de la spécificité de l'aire géographique, en plus de la description des facteurs naturels et humains, il est demandé d'apporter une attention particulière aux usages locaux entourant un produit. C'est à dire les usages de production, transformation spécifiques d'une région en décrivant l'antériorité du produit, son histoire et en détaillant les itinéraires techniques mis en jeu et leur évolution.

Concernant la description de la spécificité du produit, les caractéristiques spécifiques, les savoir-faire mis en œuvre et l'antériorité de l'usage du nom et de la notoriété, il faut apporter les éléments et pièces justificatives permettant d'apprécier :

- l'antériorité de l'usage de ce nom pour ce type de produit ;
- l'usage actuel qui est fait de ce nom ;
- la notoriété du produit vendu sous ce nom ;
- les usages d'utilisation du produit, de consommation et de valorisation en détaillant l'organisation sociale de la filière (les différents métiers) et du territoire (qui valorise le produit ? quelles fêtes locales ? etc.).

La notoriété du produit doit être socialement reconnue, c'est-à-dire que le nom sous lequel le produit est commercialisé évoque une originalité, une différence avec les autres produits de même nature, une « qualité » différente qui se traduit généralement par une valorisation meilleure que celle des produits similaires. Les pièces à fournir en annexe du dossier (hors cahier des charges) peuvent être : des documents commerciaux (actuels ou anciens), des documents historiques, des éléments de la littérature / de la gastronomie ou des documents ethnologiques, des étiquettes, des comparatifs de prix par rapport à d'autres produits comparables, des témoignages...

La partie concernant le lien causal entre l'aire géographique et la qualité ou les caractéristiques du produit doit permettre de montrer en quoi les facteurs naturels et humains de l'aire contribuent aux spécificités et à la notoriété du produit : ses caractéristiques propres, les savoir-faire utilisés et sa notoriété. Il faut donc ici détailler les éléments caractérisant le lien au terroir du produit. Les demandeurs doivent donc s'interroger sur l'existence ou non d'un système d'interactions entre le milieu physique, la communauté qui contribue à élaborer et/ou à consommer le produit, et les caractéristiques du produit lui-même. L'inventaire des caractéristiques sur lesquelles se fonde la typicité est une étape que le porteur de projet, futur organisme de défense et de gestion, doit mener dès le début de sa réflexion. Ainsi, il doit déterminer l'ensemble des acteurs susceptibles de l'aider dans ce travail d'inventaire car les opérateurs ne peuvent, à eux seuls, connaître toutes les caractéristiques de la typicité du produit de leur terroir. En effet, les savoirs permettant d'identifier

la typicité sont distribués entre les opérateurs et d'autres personnes qui sont :

- les amateurs du produit dont l'avis est pris délibérément en compte par les opérateurs du fait de leurs liens durables avec le terroir : consommateurs avertis, acheteurs et négociants, métiers de bouche, habitants, élus et responsables locaux, professionnels de la culture et des médias, etc.
- des « experts » amateurs du produit et connaisseurs du terroir, qui vont apporter des points de repère non seulement sur le produit final, mais aussi sur les manières de produire, sur les ressources et les savoirs « qui comptent » sur les stades intermédiaires où se joue la typicité. Ces experts « amateurs » du produit sont des scientifiques, techniciens ou agents d'animation et de contrôle.

Remarques sur la caractérisation du lien au territoire:

L'ODG doit apporter dans son dossier de demande d'AOP (AOC) deux types de preuve caractérisant le lien entre le produit et le terroir : (i) l'ancienneté de la notoriété du produit dans la zone géographique concernée mais aussi au-delà. Cet argumentaire est basé sur des données historiques, littéraires (par exemple un extrait d'ouvrage d'auteur réputé mentionnant le produit) et (ii) la typicité du produit, par la présentation des facteurs naturels (climat, sols, etc.), techniques et humains (mode de production, savoir-faire, etc.).

Pour ce faire, les syndicats ont parfois recours à des experts pour apporter un appui distancié et argumenté, à l'établissement de la preuve. « Le recours à des tiers remplit une double fonction : permettre le détachement nécessaire à l'objectivation et assurer la médiation entre le groupe local et les institutions » [122]. Les conditions « naturelles », les savoir-faire, la dimension culturelle, l'ancienneté sont évoqués. Différents experts sont interpellés pour porter l'argumentaire : ethnologue/historien pour la construction du lien entre un produit et des traditions et savoir-faire locaux [113] ; ou agronome/géographe pour la construction du lien entre un produit et les caractéristiques naturelles locales (potentialité du sol, climat, hydrologie etc.) [123].

Le processus de qualification du produit doit donc aboutir à la construction d'un lien entre le produit et le terroir qui fasse sens pour des consommateurs situés dans d'autres zones géographiques et sur un marché parfois international. L'AOP (AOC) s'appuie sur sa notoriété dont l'ancienneté dans le temps doit être prouvée. La construction de la « preuve » repose sur une forte coordination des acteurs locaux et de l'ODG. Elle repose sur une forme de médiation tout à fait spécifique entre les producteurs et les institutions basée notamment sur des expertises et des documentations historiques. C'est une construction de l'offre appuyée sur une notoriété qui ne fait pas intervenir d'analyse de la « demande » [16].

Situation et niveau de développement des démarches

Les AOC (AOP) sont essentiellement représentées dans deux catégories de produits alimentaires : les vins et les fromages.

Les AOP dans l'Océan Indien : le café Bourbon pointu de La Réunion, ingrédients d'une « success story »

Le marché mondial du café affiche une croissance moyenne sur les dix dernières années très faible alors que celle des cafés d'origine ou de spécialités gourmandes comme le cappuccino ont une consommation qui augmente sensiblement. Stimuler par les marchés de niche et une consommation concentrée principalement

dans les pays les plus riches, l'offre des cafés d'origine propose donc des produits haut de gamme appelés souvent crus d'exception. Un café grand cru peut se définir comme un produit qui possède des caractéristiques sensorielles (attributs) pour lesquelles un consommateur accepte de déboursier notablement plus que pour un produit ordinaire. Notons que la prime à la qualité est d'autant plus conséquente que le produit est typique, c'est à dire différent de ses concurrents, et enfin n'oublions pas que la rareté dans la typicité est un facteur constitutif du prix.

Le café de La Réunion trouve sa place parmi les grands crus avec le Bourbon pointu Premium classé comme le nec plus ultra par la « specialty coffee association of Japan » [124].

a. Potentiel

Le caféier Bourbon pointu a été découvert en 1771 par le sieur Leroy, gérant du domaine de M. Pajot à « Ravine des Chèvres », endroit encore appelé « La Ressource » à La Réunion. M. Leroy, dans les lits de semis réalisés avec des graines récoltées sur le domaine dans des champs de caféiers arabica Bourbon, a remarqué que certaines plantes avaient des feuilles et un port différents du caféier Bourbon. Plus tard, après la plantation, il a remarqué qu'elles avaient un bon développement et qu'elles donnaient une tasse avec plus de saveur.

Dans la grande homogénéité des arabicas, des variantes apparaissent. L'analyse génétique a indiqué que la plupart de ces variantes résulte de la mutation d'un gène unique. Il s'agit notamment de la variété « Laurina » ou « Bourbon pointu » qui provient de l'île de La Réunion. Les caféiers Laurina ont une forme conique avec des branches latérales denses, des entre-nœuds courts, et des feuilles courtes et elliptiques. Cette mutation est provoquée par un gène récessif, qui conduit à des différences avec son parent arabica par la forme de l'arbuste, la taille des feuilles, la forme des grains, la teneur en caféine et ses caractéristiques sensorielles. Des études génétiques ont montré que la variété Laurina est apparue suite à une mutation spontanée de la variété Bourbon. Cette mutation Laurina, monocus et récessive, a des effets pléiotropiques qui différencient le Bourbon pointu du Bourbon. Au niveau morphologique, elle se caractérise par un nanisme, un port pyramidal et une forme pointue de ses grains. A un niveau moléculaire, la teneur des grains en caféine est fortement réduite (de 0,6 à 0,8%) [125].

Ce café qui présente des caractéristiques agronomiques d'intérêt et d'excellentes qualités organoleptiques a bénéficié d'une notoriété historique. Ainsi, Philippe Jobin, d'une famille du Havre dédiée au commerce du café depuis le XIXe siècle, a écrit au sujet de ce café : « Bourbon Pointu » fut l'un des meilleurs cafés du monde » [126].

b. Relance de la filière café Bourbon pointu

La recherche de nouveau produit de haute qualité avec une réelle typicité a conduit la compagnie japonaise Ueshima coffee à l'île de La Réunion en 1999 dans l'objectif d'acheter et de tester le Bourbon pointu. Cette démarche a attiré l'attention du Conseil Régional qui dès 2002 a financé un programme de recherche-expérimentation confié au CIRAD Réunion pour évaluer l'intérêt ou non de développer une filière caféicole Bourbon pointu comme filière de diversification et d'agriculture durable.

La Région Réunion s'est donc intéressée à la relance de la filière café Bourbon pointu, dont il ne restait que quelques plants, pour une nouvelle culture à haute valeur ajoutée. S'il est envisageable de produire du café dans les principales zones de l'île, du niveau de la mer aux altitudes de 1100-1200 mètres, les coûts de

production réunionnais interdisent la production de café ordinaire pour le marché mondial. C'est pourquoi dans les conditions réunionnaises, seule la production de cafés «grand cru» destinés à des marchés de niche permettra de rentabiliser une filière caféicole. La fiabilité du projet de relance de la filière a été étudiée lors d'un programme de la Région Réunion avec le CIRAD. Il se présente en deux phases [127].

Une phase 1 se déroule de 2002 à 2007 sous financements Région Réunion, Union Européenne et CIRAD avec un programme d'expérimentation d'une durée de cinq ans qui fait l'objet (i) d'une prospection de la population de Bourbon pointu dans les jardins créoles, pour ne retenir que ceux produisant les meilleures tasses, (ii) d'une identification des terroirs (type de sol et les paramètres climatiques) les plus appropriés pour la production de produits gourmets et (iii) d'une adaptation des pratiques culturelles et des processus de transformation pour obtenir les meilleurs produits possibles.

Une phase 2 de 2008 à 2013 qui vise à développer les moyens techniques et organisationnels pour une bonne maîtrise du développement de la filière caféicole à haute valorisation par (i) un appui à l'organisation et à la maîtrise de la qualité, (ii) la recherche de descripteurs biochimiques d'une maturité optimale des cerises, (iii) la définition du rôle des constituants biochimiques du café vert dans la formation des arômes et (vi) une signalisation officielle d'identification de la qualité (constitution d'un dossier AOP).

Parallèlement, un travail sur l'histoire du café à La Réunion a été entrepris par un historien à l'Université de La Réunion et deux thèses ont permis de mieux connaître la variété et les produits Bourbon pointu.

Début 2007, l'association japonaise des cafés spéciaux, la « specialty coffee association of Japan », délivre au Bourbon pointu la rare appellation premium coffee [128], catégorisant les produits sans défaut et présentant des saveurs typiques marquées. Mise à la vente au Japon, elle est vendue aux premiers clients du Bourbon pointu en l'espace de quelques heures en 2007.

L'objectif d'un produit de très haute qualité est donc atteint. Le Bourbon pointu se positionne en 2007 comme le meilleur et le plus cher café du monde. Le prix de vente du paquet, 7 350 yens, soit 45,9 € [128] a dépassé trois fois celui du café Blue Mountain n° 1, jusqu'alors détenteur du prix le plus élevé. Ce prix de vente obtenu permet d'envisager la création d'une filière économiquement rentable pour les producteurs réunionnais.

Le Bourbon pointu se positionne dans les produits haut de gamme et reçoit la reconnaissance mondiale au travers de différentes dégustations comme la « specialty coffee association of Japan » que nous avons cité ci-dessus mais aussi par le Wall Street Journal [129] qui a organisé en 2008 une dégustation d'experts à l'aveugle de trois nouveaux produits café naturellement pauvres en caféine. Les quatre dégustateurs désignèrent le café à faible teneur en caféine qu'Ueshima Coffee Company achète auprès de la coopérative Bourbon pointu à La Réunion, comme le meilleur.

En cause de cette notoriété nous pouvons citer ses caractéristiques sensorielles, sa typicité, sa très faible teneur en caféine mais aussi sa rareté, sans compter qu'il s'agit d'un matériel végétal unique, originaire de l'île de La Réunion et qui ne se trouve nulle part ailleurs.

c. Signalisation officielle d'identification de la qualité

Un travail conjoint avec l'OCTROI a été effectué en 2008-2009 pour la demande d'une certification IGP auprès de l'INAO avec :

- une étude historique et socio-économique pour mettre en évidence le lien du produit avec son origine avec des analyses bibliographiques et des enquêtes de réputation auprès de consommateurs et professionnels, et des entretiens avec personnes ressources ;
- un appui méthodologique à la construction du cahier des charges production et transformation dont le contenu a été défini par la filière ;
- un plan de contrôle relatif à la démarche de certification a été réalisé et validé par la filière.

En 2010, l'association qui porte la démarche de qualité, CAFE-Réunion, change ses statuts pour demander la reconnaissance en tant qu'organisme de défense et de gestion. Le dossier final est soumis à première lecture par l'INAO qui met en évidence que le café Bourbon pointu pouvait prétendre à une AOP/AOC. Le dossier est donc modifié en ce sens et déposé à l'INAO au mois d'Aout 2011. Un courrier de remarques portant essentiellement sur des demandes de précisions a été envoyé à CAFE-Réunion qui a modifié les éléments du dossier en conséquence. Un premier examen officiel en comité technique INAO a été réalisé en novembre 2010 [52]. Suite à l'homologation du cahier des charges au niveau français (1 à 2 ans), l'activité de certification pourra démarrer.

d. Mention valorisante

Bourbon pointu de la coopérative CAFE-Réunion bénéficie de la mention Produits Pays Réunion.



CHAPITRE 5 : LABEL DE QUALITÉ SUPÉRIEURE : LE LABEL ROUGE

Le label rouge fait partie des quatre signes officiels français de qualité et d'origine. Il garantit qu'un produit possède un ensemble de caractéristiques lui conférant un niveau de qualité supérieure par rapport aux produits similaires.

Le label rouge est une démarche collective, il est obligatoirement porté par une structure fédérative : l'organisme de défense et de gestion (ODG) qui représente et rassemble les opérateurs de la filière du produit (cf. chapitre 2).

Type de démarche : label agricole

Les labels agricoles attestent qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé possède un ensemble distinct de qualités et caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges et établissant un niveau de qualité supérieure (art. L. 643-2 du Code Rural français) [130].

Ce produit doit se distinguer des produits de l'espèce habituellement commercialisés, notamment par ses conditions de production ou de fabrication. L'écart qualitatif par rapport aux produits courants similaires doit être directement perceptible par le consommateur final, tant sur le plan gustatif qu'au niveau de l'image qu'il véhicule.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

Créé par la loi d'orientation agricole du 5 août 1960 [131], le label rouge garantit qu'un produit possède un ensemble de caractéristiques lui conférant un niveau de qualité supérieure par rapport aux produits similaires. La loi a donc conforté le principe qu'un label est le signe d'identification de la qualité supérieure. Les conditions de production ou de fabrication du produit lui sont particulières, elles lui confèrent la qualité supérieure.

2. Objectifs actuels

Le label rouge est le seul signe officiel qui atteste un niveau de qualité supérieure. Cette démarche permet de conquérir de nouveaux marchés en se différenciant des produits standards. Elle peut apporter une plus-value technique : le cahier des charges apporte un guide pour optimiser l'organisation et les techniques de production. Elle peut aussi apporter dans certains cas une plus-value économique : une image de confiance auprès des consommateurs dans un produit de qualité.

3. Objectifs observés

Dans les objectifs observés nous pouvons citer :

- la fédération d'un collectif autour d'un objectif commun, le label rouge, entraîne la solidarité entre les acteurs d'une même filière ;
- la garantie de traçabilité ;
- l'amélioration de la qualité ;
- la formalisation des pratiques dans un cahier des charges ;
- la notoriété sur le produit label rouge ;
- la notoriété sur les autres produits de l'exploitation, de la coopérative détentrice du label rouge ;
- l'accès au marché haut de gamme ;
- la visibilité pour le consommateur français ;
- un moyen d'accès au marché européen.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

L'INAO, institut national de l'origine et de la qualité est compétent pour instruire toute demande d'obtention ou de révision de signe de qualité. Il établit avec les professionnels, les cahiers des charges et les projets de textes officiels définissant les conditions de production des produits sous signes. Le label rouge est régi par un cahier des charges validé par les services de l'INAO. L'institut assure également une information régulière des opérateurs, des organismes de défense et de gestion et des organismes de contrôle sur les décisions, les orientations et les débats au sein des instances de l'INAO. Il assure la publicité des décrets et des cahiers des charges ainsi que celle des publications légales inhérentes au déroulement des procédures et démarches des opérateurs.

L'INAO assure un suivi des dossiers adoptés, ainsi qu'un suivi économique et statistique à partir des données communiquées par les organismes de défense et de gestion, à la demande de l'INAO. Enfin, le dispositif de contrôle est opéré sous l'autorité de l'INAO, à savoir :

- les organismes certificateurs sont obligatoirement agréés par l'INAO et exercent les contrôles sous l'autorité de l'institut ;
- l'INAO assure le suivi des organismes de contrôle et assure la bonne exécution des contrôles ;
- Les agents de l'INAO qui disposent d'un pouvoir d'enquête, sont assermentés [112].

2. Procédure de demande

Les porteurs de projet doivent se rapprocher d'un centre régional INAO pour un travail d'accompagnement en amont du dépôt de la demande.

Dans l’Océan Indien : à La Réunion, les porteurs de projet peuvent se rapprocher de l’IRQuA pour un accompagnement et de l’INAO du Languedoc Roussillon à laquelle est rattachée la région Réunion. Des porteurs de projet à Madagascar, aux Comores, à Maurice ou aux Seychelles pourront se rapprocher soit de l’IRQuA de La Réunion, soit d’un organisme compétent d’un Etat membre.

Toujours en amont du dépôt de la demande, l’organisme certificateur doit être identifié et choisi afin de collaborer sur le projet de **plan de contrôle** qui doit être déposé auprès des services de l’autorité compétente au cours de l’instruction de la demande.

Dans l’Océan Indien : L’OCTROI est compétent pour la certification label rouge dans la zone Océan Indien.

Le dossier de demande de reconnaissance d’un label rouge est constitué du cahier des charges et des éléments détaillés ci-dessous. Seuls les éléments contenus dans le cahier des charges sont accessibles lors de la procédure nationale d’opposition (PNO) :

- **la demande de reconnaissance en organisme de défense et de gestion (ODG)** ;
- **une étude de faisabilité technique et économique** de mise en œuvre du label rouge ;
- **l’évaluation de la qualité supérieure du produit** par la caractérisation sensorielle du produit et son appréciation par un jury ;
- **le projet de cahier des charges** ;
- un modèle d’étiquetage ;
- une fiche de synthèse ;
- le nom de l’organisme certificateur (mentionné hors du cahier des charges) ;
- le cas échéant, une demande d’association avec une IGP.

Parallèlement à la rédaction du cahier des charges, **un plan de contrôle** est élaboré par l’organisme de contrôle en concertation avec les demandeurs dans le respect des recommandations du conseil des agréments et contrôles de l’INAO.

L’étude de faisabilité technique et économique se présente en trois parties : **l’historique du projet, les données économiques et le choix du produit courant** [112].

L’historique du projet présente, notamment les motivations ayant conduit le demandeur à s’engager dans la démarche label rouge.

Les données économiques présentent (i) la cible visée (consommateur final, utilisateurs intermédiaires, etc.) et (ii) une description des marchés concernés avec le positionnement des produits faisant l’objet de la demande sur ce marché. Le demandeur doit s’interroger sur la viabilité de son projet et présenter des informations relatives aux volumes envisagés et au prix de vente, en particulier au différentiel de prix avec le marché. Il est recommandé au demandeur de mener ces réflexions au regard des surcoûts de production induits par la démarche.

Le choix du produit courant est présenté à partir du marché ciblé précédemment. On entend par produit courant, la denrée ou le produit similaire habituellement rencontré, conforme à la réglementation en vigueur ou aux usages loyaux et marchands de la profession (ex : code des usages, normes d'application obligatoire, accords interprofessionnels, guides professionnels, usages constants, etc.). En fonction du marché cible pour le produit candidat au label (conditions de fabrication, concurrence, etc.), le produit courant peut être local, national, d'origine européenne ou internationale. Le produit courant de comparaison est le produit habituellement commercialisé sur le marché cible du label, et n'est donc pas obligatoirement le produit le moins qualitatif rencontré. Dans le cas où le produit relève d'une notice technique, la description du produit courant pris en référence doit tenir compte des indications figurant dans la notice technique.

L'évaluation de la qualité supérieure par **caractérisation sensorielle** du produit et **appréciation par un jury**.

La caractérisation sensorielle du produit comporte une grille de caractérisation construite par l'ODG. Cette caractérisation peut se faire : (i) soit en établissant un profil sensoriel dans le cadre du programme 133 du COFRAC (par un laboratoire accrédité) ou en exploitant les enseignements de tests réalisés récemment, (ii) soit en proposant les modalités d'évaluation de la qualité supérieure du produit candidat (organoleptique et/ou le cas échéant analytique ou autre).

L'appréciation du produit par un jury-test du produit est effectuée : (i) soit par un test hédonique mis en œuvre dans le cadre du programme 133 du COFRAC, (ii) soit par une méthode alternative proposée par l'ODG et validée par l'INAO. **Un protocole d'échantillonnage** et de réalisation des tests doit être joint au cahier des charges. Les échantillons présentés aux dégustations sont systématiquement **anonymes**.

Le cahier des charges, validé par l'organisme certificateur, fait l'objet d'une consultation publique, d'une expertise réalisée par des personnalités qualifiées issues des instituts de recherche et des instituts techniques professionnels. La section « examen des référentiels » émet un avis sur ces cahiers des charges.

Après avis favorable, l'homologation d'un label rouge est prononcée, sur proposition de l'institut national de l'origine et de la qualité, par un arrêté conjoint du ou des ministres intéressé(s) (article L.641- 4 du code rural). En conséquence, **les produits ne peuvent être valorisés sous label rouge que lorsque l'arrêté a été publié au Journal Officiel de la République française.**

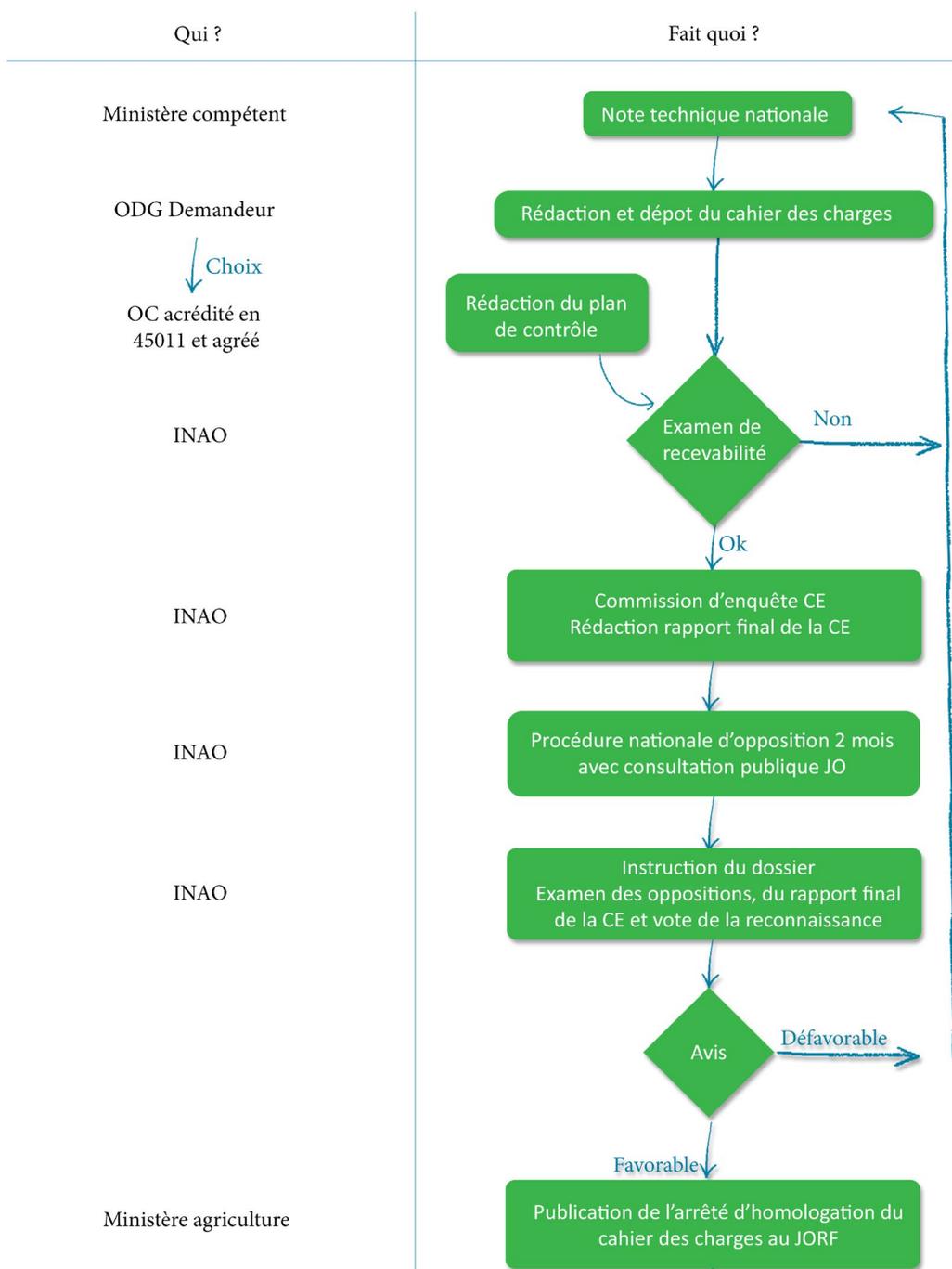


Schéma 4 : Schéma de la procédure d'une demande Label Rouge

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Le respect des cahiers des charges par les opérateurs est contrôlé par des organismes certificateurs accrédités par le COFRAC (au regard de la norme EN/45011 [132]) et agréés par l'INAO. Les différents points contrôlés dépendent du cahier des charges déposé par l'ODG.

Cahier des charges de la démarche

Le référentiel d'un produit candidat doit permettre d'atteindre un niveau de qualité supérieure par rapport aux autres produits du marché concerné. Cette qualité supérieure repose sur :

- les caractéristiques organoleptiques du produit (profil sensoriel) et leur perception (test hédonique) ;
- des éléments d'image de ce produit ou de ses conditions de production ;
- des éléments de présentation, de service ou tout autre élément pertinent démontré par une analyse de marché considéré.

Le cahier des charges d'un label rouge doit démontrer les conditions de production qui concourent à la qualité supérieure du label rouge en définissant un ensemble distinct de qualités et de caractéristiques spécifiques établissant un niveau de qualité supérieure, les principaux points à contrôler ainsi que leurs méthodes d'évaluation (art. R.641-2 du code rural [133]). Les différentes rubriques du cahier des charges sont les suivantes [112] :

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ -



INAO - 11, rue de Paris - 75002 PARIS
Téléphone : 01 42 95 52 00 - Fax : 01 42 95 52 01
www.inao.gouv.fr

GUIDE DU DEMANDEUR
D'UN LABEL ROUGE



Version n° 3 du 2 Juin 2010

1. Nom du demandeur
2. Nom du label rouge
3. Description du produit
4. Traçabilité
5. Méthode d'obtention
6. Etiquetage- Mentions spécifiques au label rouge
7. Principaux points à contrôler

Le **nom du label rouge** est cohérent avec le(s) produit(s) couvert(s) par le cahier des charges. L'ensemble des présentations, y compris celui des pièces de découpe, doit être précisé dans le cahier des charges. Il est rappelé que conformément au code rural (art. L641-2 [133]), un label rouge ne peut pas comporter de référence géographique sauf si le nom utilisé constitue une dénomination devenue générique (ex. champignon de Paris) ou si le label rouge est associé à une IGP.

La **description du produit justifie** la demande, en particulier en présente l'ensemble des arguments permettant de différencier le produit pour lequel le label rouge est demandé du produit courant. Cette partie comprend une **présentation du produit**, une **comparaison avec le produit courant de comparaison** et les **éléments justificatifs de la qualité supérieure**.

La **présentation du produit** peut comporter une description physique, chimique, microbiologique ou organoleptique du produit avec :

- le niveau d'élaboration, la composition, etc. ;
- l'état final du produit : frais, réfrigéré, surgelé, appertisé, pasteurisé, etc. ;
- la présentation aux consommateurs : vrac, UVC, etc. ;
- l'indication des étapes concernées par la certification (à partir d'où et jusqu'où).

La **comparaison avec le produit courant de comparaison** s'effectue obligatoirement à l'aide d'un tableau. Seuls les principaux points de différence qui fondent la qualité supérieure entre le produit candidat au label

rouge et le produit courant doivent être décrits et non l'ensemble des étapes de production. Ce tableau comporte des éléments relatifs aux conditions de production, aux caractéristiques sensorielles ou de perception, à l'image du produit, aux éléments de présentation ou au service.

Dans les éléments justificatifs de la qualité supérieure, les relations entre les conditions de production et la qualité supérieure du produit sont explicitées.

La partie sur la **traçabilité** présente les éléments spécifiques mis en place pour assurer la traçabilité ascendante et descendante, de la production à la commercialisation jusqu'au point de vente du produit label rouge et non les informations de traçabilité générale qui le relèvent de la réglementation.

La rubrique sur la **méthode d'obtention** comporte un schéma de vie indiquant toutes les étapes du processus d'obtention. Chacune de ces étapes est ensuite décrite. Les valeurs cibles sont précisées.

Sans préjudice de la réglementation en vigueur, **l'étiquetage** d'un produit sous label rouge mentionne au minimum :

- le logo « Label Rouge » dans le respect de la charte graphique ;
- le numéro d'homologation du label rouge ;
- les principales caractéristiques certifiées. Elles seront reportées rigoureusement à l'identique sur l'étiquette ;
- le nom et l'adresse de l'ODG. Si le nom du demandeur comprend une référence géographique, seul l'acronyme devra figurer sur l'étiquette.

Dans le cas où le produit relève d'une notice technique liée à un label rouge, le cahier des charges doit tenir compte des indications figurant dans la **notice technique**. Une notice technique s'applique à un type de produit. Elle a pour objet de définir les critères minimaux, nécessaires mais non suffisants, autres que ceux imposés par la réglementation en vigueur, devant être respectés par les cahiers des charges ainsi que les exigences minimales de contrôle à appliquer dans les plans de contrôle. Les notices techniques (NT) sont approuvées par arrêté ministériel. Les obligations définies dans les notices techniques doivent être reprises ou explicitées dans chaque cahier des charges. Au 1er janvier 2010, il existe 8 notices techniques définissant les critères minimaux à remplir pour l'obtention d'un label. La liste des notices techniques définissant les critères minimaux à remplir pour l'obtention d'un label comprend les produits suivants : agneau ; gros bovins de boucherie ; œufs et poules ; palmipèdes gavés ; produits de charcuterie salaison pur porc ; veau ; porc ; volailles fermières de chair présentées en frais, surgelé, transformé, entier et découpe. Ces notices sont disponibles sur le site www.inao.gov.fr dans la rubrique guide ou auprès des services de l'INAO.

Les principaux points à contrôler (PPC) sont les éléments qui contribuent aux caractéristiques essentielles du produit, en particulier de sa qualité supérieure. Les principales caractéristiques certifiées en font partie. Le détail des procédures mise en œuvre relève du plan de contrôle.

Situation et niveau de développement de la démarche

Présente depuis 1960, la démarche label rouge concerne en 2011 tous les secteurs agricoles avec plus de 470 cahiers des charges enregistrés dont plus de 350 dans les filières viandes, volailles, charcuteries et salaisons. En 2010, les volumes commercialisés sous label rouge pour les différentes filières sont : 6 571T commerciali-

sés pour la filière fruits, légumes et céréales ; 697 T pour les produits laitiers et 65 951 T commercialisés pour la filière viande. Le chiffre d'affaires global en 2010 pour toutes les filières représente 848,6 millions d'euros (le chiffre d'affaires est donné en € HT, à la première mise en marché) [89].

Avantages et inconvénients de la démarche

1. Avantages :

Le label rouge est un atout pour le développement de la filière car c'est 70 à 80% de notoriété auprès des consommateurs, une image commerciale haut de gamme qui permet une meilleure rémunération des producteurs, un moteur de concertation, d'un partenariat au sein d'une filière. Certains spécialistes constatent une augmentation systématique des ventes.

2. Inconvénients :

Le cahier des charges impose des pratiques très contraignantes. Les contrôles et analyses sont coûteux et apporte un surcout sur le produit.

Le label rouge dans l'Océan Indien

1. Labels rouges ananas Victoria et letchi à La Réunion

En 2010, la production fruitière à La Réunion couvre 80% des besoins locaux. La Réunion exporte 1900 Tonnes de fruits [134]. L'ananas Victoria est le produit phare devant le letchi, la mangue et les fruits de la passion. Au début des années 2000, face au recul observé durant quelques années des exportations de fruits de l'île, les groupements de producteurs exportateurs ont décidé de se réunir et de rassembler la filière fruit export autour d'un **intérêt commun** : la reconnaissance et la valorisation des fruits réunionnais. Ainsi, le syndicat qualité fruits Réunion (SQFR) est né.

Dans ce contexte, le syndicat a cherché à faire reconnaître les caractéristiques spécifiques et les qualités distinctes de produits liées à son origine pour se démarquer de la concurrence. Il a souhaité faire reconnaître deux des fruits emblématiques de l'île, l'ananas et le letchi, pour l'obtention du label rouge. Il était alors nécessaire, pour la survie de la filière, de garantir et de certifier la qualité des produits de l'île.

Pour répondre à ces besoins de protéger l'origine et la notoriété des fruits à l'export, le groupement réfléchit à une certification indication géographique protégée (IGP). A l'époque, la démarche IGP demandait une certification label rouge ou CCP en préalable.

Le label rouge répond aux objectifs de qualité supérieure des deux produits majoritairement exportés : ananas et letchi.

Les opérateurs adhérents au syndicat de la qualité fruits Réunion ont donc entrepris en 2004 la démarche de certification ananas Victoria et letchi sous signe de qualité label rouge avec pour objectifs de (i) faire reconnaître officiellement ces produits déjà connus comme « haut de gamme » par les consommateurs ; (ii) Faciliter l'exploration des autres marchés européens. Le fruit souffre d'une méconnaissance des autres pays

européens en raison d'une présence récente sur les marchés. L'obtention d'un signe de qualité reconnu par les consommateurs serait un atout considérable. Enfin, l'objectif (iii) d'augmenter les volumes vers l'export permettrait de désengorger le marché local [52].

a. Ananas Victoria

Contexte

Le Queen Victoria (reine Victoria) est plus petit que les ananas africains et Sud-américains. Il est cueilli mûr et à point dans l'île de La Réunion tout au long de l'année, et en particulier de décembre à janvier en pleine période festive, pour être expédié par avion en métropole. Il garde ainsi toutes ses saveurs. Des techniques par induction florale artificielle de la floraison permettent de produire le fruit tout au long de l'année.

L'ananas est le fruit d'une plante herbacée de 50 cm de haut originaire d'Amérique du Sud. L'ananas est l'une des premières espèces introduites aux Mascareignes. Un hollandais, M. Matclief, en planta à l'île Maurice en 1606. A La Réunion, il existe probablement depuis 1668. Plusieurs cultivars sont connus sur l'île mais le Queen Victoria est le plus cultivé [135].

La variété Victoria est considérée comme **une variété au goût particulièrement fruité et sucré**. Elle présente une robe dorée et une chair d'un beau jaune brillant. Le Victoria ne dépasse pas une taille moyenne de 11,4 cm de haut et un diamètre de 8.8 cm [135].

Production

Les plantations se concentrent autour de trois pôles principaux situés sur les contreforts des deux massifs montagneux qui occupent la majeure partie de l'île. L'ananas est une culture de diversification traditionnelle permettant de compléter les revenus des maraîchers du Nord. Les plantations se concentrent entre 300 et 500 mètres sur les hauts de Saint Denis et de Sainte Marie, sur des terrains très pentus et difficiles à travailler mais disposant d'un très bon ensoleillement. Cependant, la zone perd de l'importance en raison de la pression urbaine [136].

La logique de production est plus intensive à l'Est, dans la région de Saint Benoît. Certains producteurs de canne ont diversifié leurs activités au profit de l'ananas en reconvertissant, à la fin des années 1980, une partie de leurs bons terrains situés entre 50 et 450 m. Les productions sont plutôt destinées à l'export, dans cette zone où la pluviométrie est forte et l'ensoleillement plus modéré que dans le reste de La Réunion. Les deux systèmes précédents coexistent dans le Sud-ouest de l'île, dans cette zone à pluviométrie plus faible, on rencontre des ananas depuis le niveau de la mer jusqu'à plus de 750 m d'altitude. Cette particularité permet de produire selon un calendrier différent de celui des autres zones et d'assurer une continuité d'approvisionnement sur le marché [136].

Commercialisation

En 2010, 14 000 tonnes d'ananas sont produites [137]. La plupart de la production est écoulée sur le marché local, notamment via les « bazariers », négociants locaux achetant parfois la récolte sur pied et revendant à des distributeurs ou commercialisant sur les bords de route, le tout dans un circuit informel.

Les volumes destinés à l'export représentent environ 10% de la production. Le secteur de la transformation est en phase de développement, les industriels cherchant à tirer profit des points forts gustatifs du Victoria de La Réunion pour créer des produits innovants haut de gamme. Une unité de fabrication de cubes et de tranches carpaccio a déjà vu le jour et le développement d'une fabrique de jus est à l'étude [136].

La logistique de la filière à l'export est exclusivement aérienne. En effet, les temps de transit des navires remontant vers l'Europe dépassent 30 jours et sont donc incompatibles avec le transport des produits frais. Les fréquences des transits sont aussi un autre frein à l'exportation [136]. La filière export, qui s'est mise en place dans les années 1980 à destination de l'Union Européenne, représente une voie complémentaire d'écoulement de la production. Les volumes exportés se sont sensiblement développés durant les années 1990, mais tendent à plafonner entre 1 500 et 2 000 t/an. Le coût de revient du produit est élevé, notamment en raison du recours obligatoire au fret aérien. Ainsi, le marché du Victoria reste assez étroit et saisonnier. Le flux est continu dans l'année avec une forte baisse dès l'apparition des fruits de saison en Europe (pêches, etc.) et une forte hausse à l'approche des fêtes de fin d'année. De plus, les parts de marché des fruits réunionnais sont menacées par la concurrence croissante de fruits d'origines bénéficiant de coûts de main d'œuvre inférieurs (Côte d'Ivoire, Ghana et Afrique du Sud).

Marché ananas à l'export

Sur le marché de l'ananas en Europe, le Costa Rica occupe une position hégémonique qualifiée de « market taker » fournisseur de trois ananas sur quatre exportés dans le monde. Sur le marché européen, de 1987 à 2008, il a augmenté de manière ininterrompue ses parts de marché. Le prix de l'ananas proposé par les pays producteurs comme le Costa Rica, la Côte d'Ivoire, le Panama et autres sur le marché européen est plus compétitif dû à un prix de main d'œuvre moindre et/ou des taux de change avantageux et/ou de stratégie de conquête-innovation du marché [136, 138].

Avec sa variété MD-2 ou Sweet alliée à une organisation forte de la production à la distribution, le Costa Rica a permis de pousser la croissance du marché avec une augmentation de la demande notamment en Europe. En 2009, certains constatent une baisse de la qualité en rayon ou un fruit de qualité a peu à peu laissé place à un fruit peu coloré, virant même au marron, et à l'état de fraîcheur parfois douteux. C'est un des effets de la multiplication des marques, opérateurs, producteurs, qui n'ont pas forcément les moyens, les techniques ou la connaissance pour produire un fruit de qualité et préserver cette qualité tout au long de la chaîne de transport et de distribution [136, 138].

Sur les marchés à l'export, l'ananas de La Réunion doit se différencier notamment par la qualité et toucher des marchés de niche haut de gamme. L'ananas Victoria permet de se démarquer des autres variétés.

Quatre origines ont approvisionné le marché de l'ananas Victoria en France métropolitaine en 2008 avec une certaine régularité : La Réunion, Maurice, la Côte d'Ivoire et l'Afrique du Sud. La situation sur ce marché est un peu délicate. En effet, La Réunion et Maurice approvisionnent le marché avec des fruits avion et la Côte d'Ivoire et l'Afrique du Sud approvisionnent le marché par bateau. Au niveau du consommateur, il n'y a pas ou peu d'information sur la différence bateau/avion alors que l'offre globale est mixte. Les différentiels de prix et qualité entre ces deux modes de transport entraînent une confusion au détriment du Victoria avion. Difficile dans ces conditions de poser une image de qualité [136].

Pour résister à cette concurrence, se démarquer des autres produits et affirmer la qualité supérieure de

leurs produits, certains producteurs se sont regroupés au sein du syndicat qualité fruits Réunion. L'objectif commun est clair : **segmenter le marché du Victoria et faire reconnaître les qualités distinctes des fruits produits dans l'île**. Cette démarche a été couronnée par l'obtention du « Label Rouge » en 2006. Ce segment de marché représente des volumes en croissance, mais encore très limités.

Construction d'un cahier des charges strict

Appuyé par la Chambre d'Agriculture de La Réunion, le Syndicat qualité fruit Réunion, est chargé de la rédaction des dossiers concernant le label rouge à La Réunion.

Le cahier des charges a été élaboré collectivement autour de critères agronomiques (comme le choix des plants, le nombre de plants à l'hectare, le dosage des produits phytosanitaire, etc.) et des critères post récoltes (sélection et triage selon couleur, calibre, degré brix ; nettoyage ; conditionnement) jusqu'à l'export. L'étiquetage sur chaque fruit avec un numéro de lot permet de garantir une traçabilité totale jusqu'à la parcelle.

Le cahier des charges permet de maîtriser l'aspect et la qualité du produit fini. Ainsi, le fruit doit être d'un poids minimum de 550g et commercialisé entier et frais. Sa coloration doit être au minimum équivalente au niveau M2 (75 % de la surface jaune) [139]. Ses proportions doivent être équilibrées : la couronne doit être droite, verte, fraîche et saine et d'une hauteur proportionnelle au fruit. Enfin, son taux de sucre minimum est garanti. Des services sont apportés au consommateur avec la présence de la date de récolte et d'une DLUO qui permet de garantir, avec le respect d'un délai maximum entre la récolte et l'expédition, la qualité supérieure et la fraîcheur du produit.

Pour atteindre cette qualité, les parcelles label rouge sont identifiées afin de garantir la traçabilité. Elles sont suivies par le technicien du syndicat qualité fruits afin de mettre en place et de veiller aux bonnes pratiques culturales définies par le groupement. Ces dernières ont pour objet le maintien de la structure et de la fertilité du sol, une fertilisation adaptée aux besoins de la plante, la culture sur un seul cycle et une restriction calendaire afin d'interdire la récolte des fruits aux périodes où la pression en tâches noires est la plus forte. Enfin, le transport des fruits jusqu'à l'atelier de conditionnement doit être réalisé uniquement en caisse afin d'éviter tout risque de meurtrissure. Un contrôle est réalisé et enregistré afin de s'assurer de la qualité supérieure des fruits. Les expéditions doivent se faire uniquement par avion.

Le cahier des charges a été présenté à l'organisme certificateur OCTROI, chargé de contrôler et de garantir le respect du cahier des charges déposé et validé par le ministère de l'agriculture et de la pêche français.

Certification label rouge

Après 2 années de travail, l'ananas Victoria produit à La Réunion bénéficie depuis 2006 d'un label rouge. L'arrêté du 2 octobre 2006 a homologué le cahier des charges du label [140]. C'est le premier label rouge décerné à un fruit exotique.

Enjeux autour du label rouge

En Europe, les clients qui recherchent des ananas avion acceptent de payer plus cher à cause du moyen de

transport utilisé, car ils en attendent un fruit quasiment parfait, d'une qualité organoleptique supérieure, de bonne tenue, de bonne coloration et présenté avec le moins de tâches ou traces de frottement possible. De plus, le marché européen est de plus en plus concurrentiel et reste étroit pour ce produit haut de gamme.

Le cahier des charges répond à cette demande de produit de qualité supérieure et le label en apporte la preuve et la garantie au consommateur.

L'enjeu est de taille d'autant que la variété Victoria est plus sensible au brunissement interne. La maîtrise au champ, en post récolte et au cours du circuit fret-distribution permet de minimiser l'apparition de ces dégradations.

L'ananas Victoria label rouge doit aussi être capable de rencontrer son marché, d'autant plus s'il est étroit et concurrentiel.

L'essentiel du marché de l'ananas labellisé passe par des circuits de distribution en métropole à Rungis. Le label a donc l'enjeu de positionner le produit sur le marché métropolitain mais a aussi l'ambition d'être reconnu sur les marchés haut de gamme en Europe.

Aujourd'hui une coopérative leader porte la démarche. La demande au niveau des marchés métropolitains est là, un partenariat de confiance avec un importateur à Rungis permet de positionner et valoriser le produit. Mais l'éloignement du marché rend aussi le groupement dépendant d'un seul acteur ou quelques acteurs sur le marché métropolitain pour commercialiser le produit. Le groupement peut donc difficilement avoir toutes les informations sur le marché et construire une stratégie de commercialisation adaptée et réactive au marché.

Avantages et inconvénients du label rouge

Le label a sans conteste affirmé la notoriété de l'ananas Victoria de La Réunion comme étant de qualité supérieure. Il a agi comme un chapeau sur toute la filière ananas Victoria de La Réunion pour valoriser l'image, mais est aussi un vecteur de valorisation de l'image des produits de La Réunion en local et en métropole. Mais le cahier des charges est très contraignant et difficile à respecter dans ses moindres détails. Le surcoût du label rouge (certification et analyse) peut être pénalisant pour les exploitations certifiées.

b. Letchi

Contexte

Le letchi est un arbre fruitier originaire de Chine méridionale. Introduit sur l'île de La Réunion en 1764, il constitue une des principales cultures fruitières tropicales à vocation commerciale, alors qu'il était auparavant uniquement destiné au marché local. Cette production traditionnelle de cueillette a été conduite vers une production maîtrisée et orientée vers l'exportation [136].

Le principal cultivar de letchi présent à La Réunion est le Kwaï mi. Au fil des ans, différents clones de cette variété se sont développés : letchi toupie, letchi blanc, etc.

Production

L'aire du letchi à La Réunion s'étend de 100 à 600 m d'altitude. Cette répartition permet une récolte étendue sur deux à trois mois, de novembre à janvier. Le letchi s'est très bien acclimaté aux conditions géographiques de l'île. Les grandes surfaces de production sont principalement situées dans la zone Est, allant de Sainte Suzanne jusqu'à Sainte Rose, et dans la zone Sud, de Saint Philippe à l'Etang Salé [136].

Plus de 1 000 ha de letchi ont été plantés depuis les années 1980, avec l'aide du Conseil Général de La Réunion dans le cadre du programme « plan export ». Les vergers sont maintenant en pleine production et on compte 677 ha en 2008. Le letchi représente un revenu complémentaire pour la majorité des agriculteurs. C'est une production saisonnière et très aléatoire selon la météorologie et l'alternance. Pour favoriser l'induction florale, le letchi a besoin d'une courte période de stress en avril-mai où le climat est sec et/ou frais [136].

L'entrée en production du letchi intervient tardivement, au bout de cinq années, et ce n'est qu'après dix ans que l'arbre atteint son plein potentiel de production. Le cycle végétatif du letchi se déroule sur douze mois.

Commercialisation

Localement, cette production ne suit pas les canaux classiques de distribution. On n'en trouve quasiment pas dans les grandes et moyennes surfaces et très peu en restauration hors domicile. Les ventes se font en majorité en bord de route ou dans les rues devant les magasins ou les supermarchés. C'est encore le système traditionnel « bazarier » qui est pratiqué, c'est-à-dire que bien souvent ce n'est pas l'agriculteur qui vend lui-même ses fruits mais des intermédiaires acheteurs qui les revendent. Sur 7 500 tonnes annuelles produites ces dernières années, 200 à 300 tonnes seulement sont exportées, en totalité vers la France métropolitaine. Quelques centaines de tonnes sont destinées à la transformation par des industriels locaux [136].

Sur le marché en métropole, les premiers arrivages de letchis branchés se situent mi-novembre en provenance de Maurice à 10,00 euros le kilo sur le marché de Rungis, en même temps que les fruits malgaches égrenés souffrés, peu comparables, cotés à 6,50 euros. On enregistre les premiers envois (avion) Sud africains (letchis égrenés souffrés) fin novembre à 4,50 euros le kilo [141]. Le marché du letchi branché et bouquets reste l'apanage de l'île Maurice et de La Réunion. Les quantités exportées oscillent entre 200 à 300 tonnes par an ces quinze dernières années. La filière letchi bénéficie de l'aide de l'Union Européenne, du département de La Réunion et la Région Réunion [136].

Marché à l'export

En positionnement haut de gamme, les letchis de La Réunion sont principalement commercialisés en bouquets et en vrac (égrenés ou branchés) en carton de 5 kg. Le volume de fruits conditionnés en barquettes (de 250 à 450 g) reste relativement faible et varie en fonction de l'état du marché. Leur présentation attractive apporte une segmentation et permet souvent une meilleure valorisation (jusqu'à 0.50-1.00 euro/kg de plus) [136]. La mise au point de procédés de conditionnement maintenant la fraîcheur des fruits pendant deux à trois semaines permet de grouper les volumes d'envoi [141].

Le letchi de La Réunion tient une belle place face à la concurrence mondiale et est considéré comme une marchandise de qualité trouvant facilement preneur sur un marché haut de gamme comme pour l'ananas

Victoria. Il s'écoule aisément à 7,00 euros le kilo, dès son arrivée, puis se négocie à 6,80 euros en moyenne les semaines suivantes. Son prix fait un bond de 30% en quelques jours en toute fin d'année pour atteindre un pic à 8,80 euros le kilo (ceci étant lié à l'augmentation du coût du fret aérien) [141].

Pour confirmer cette notoriété et un positionnement haut de gamme, des réflexions sur la valorisation par un label fait son chemin avec le syndicat qualité fruits Réunion.

Construction d'un cahier des charges strict

Appuyé par la Chambre d'Agriculture de La Réunion, le syndicat qualité fruit Réunion, est chargé de la rédaction des dossiers concernant le label rouge à La Réunion.

Le cahier des charges a été élaboré collectivement autour de critères agronomiques (comme le niveau de maturité du fruit) et des critères post-récoltes (sélection et triage selon couleur, calibre : la taille qui doit être d'au moins 3 cm de diamètre, degré brix ; nettoyage ; conditionnement, la fraîcheur du fruit) jusqu'à l'export. L'étiquetage permet une traçabilité jusqu'à la parcelle.

Sa chair est idéalement sucrée et parfumée. Livrés par avion, ces fruits sont frais et garantis sans aucun traitement chimique (anhydride sulfureux). Le letchi label rouge est un fruit « juste cueilli de l'arbre ». Il est récolté très tôt le matin, conditionné dans l'après-midi et expédié le soir par avion vers le marché métropolitain.

Le dossier de demande de labellisation a été présenté à l'organisme certificateur OCTROI, chargé de contrôler et de garantir le respect du cahier des charges déposé et validé par le ministère de l'agriculture et de la pêche français.

Certification label rouge

Après 2 années de travail, le letchi produit à La Réunion bénéficie depuis 2006 d'un label rouge. L'arrêté du 20 novembre 2006 a homologué le cahier des charges du label [142].

Enjeux autour du label rouge

Il est prévu de vendre les letchis labellisés en barquette (de 250 et 500g). Grâce à cette certification, les producteurs de La Réunion espéraient multiplier par dix leurs exportations (environ 2000 T). Le letchi labellisé réunionnais est très attendu par les grossistes. Hors il n'y a pour le moment aucune expédition de produits labellisés car une demande de modification de cahier des charges portant sur les conditionnements autorisés a été formulée par l'ODG auprès de l'INAO. L'ODG attend la réponse de l'INAO et a demandé une suspension du label en attendant.

2. Label rouge crevette à Madagascar

La crevette d'élevage de Madagascar est réputée pour sa qualité supérieure grâce aux efforts de la filière

ORGANISME DE DEFENSE ET DE GESTION	
Syndicat Qualité Fruits Réunion	
24 rue de la Source BP 134 97463 SAINT-DENIS CEDEX - ILE DE LA RE	Tel : 02.62.94.25.94 Fax : 02.62.21.31.56
Décision de reconnaissance n° CNIGP/LR/STG2007/50 du 10 juillet 2007	
Contact : qualite.suad@reunion.chambagri.fr	
ORGANISME(S) DE CONTROLE	
Organisme certificateur Tropic Réunion Océan Indien (OCTROI)	
Organisme certificateur Agrément(s) : LA n° 45	
Organisme certificateur Tropic Réunion Océan Indien (OCTROI)	
Siège 10, chemin Bancoulter 97435 SAINT-GILLES-LES-HAUTS	Tel : (33)..(0)2.62.22.61.67. Fax : (33)..(0)2.62.22.66.84
Président(e) : Monsieur Alain DAMBREVILLE Contact : Kent TECHER octroi974@wanadoo.fr	
SITE INAO	
INAO Montpellier	
La Jasse de Maurin 34970 LATTES N° SIRET : 13000270200186 Tel : 04.67.27.11.85 Fax : 04.67.47.33.93 Courriel : INAO-MONTPPELLIER@inao.gouv.fr	

Figure 5 : Fiche contact label rouge ananas Victoria et letchi de la Réunion

pour offrir un produit aux qualités gustatives reconnues. Ces efforts ont été récompensés dans les années 2000 par le label rouge.

a. Contexte

Madagascar dispose de tannes propices et aménageables pour la culture de crevettes évalués en 2010 à près de 15 000 ha de surface brute ou à 11 000 ha de surface nette sur la côte Ouest et, dans ses eaux marines, de l'espèce *Penaeus monodon* considérée comme l'une des plus performantes en matière d'aquaculture. Grâce à ces potentialités, l'aquaculture industrielle et artisanale/familiale de crevettes a été développée à Madagascar. C'est une activité qui a démarré au début des années 1990 [143].

Le système d'élevage semi-intensif avec pompage mais sans aération, qui est bien adapté au contexte des grandes surfaces d'élevage et aux conditions environnementales de Madagascar, est appliqué dans toutes les fermes. Deux cycles d'élevage de 150 jours en moyenne sont réalisés par an et les crevettes produites pèsent

environ 35g [143].

Toutes les grandes fermes industrielles disposent de leur propre éclosérie pour alimenter leurs bassins d'élevage en post larves, avec une densité maximale d'ensemencement de 20 post larves/m², et de leur usine pour le traitement et le conditionnement des crevettes produites. Toutes ces usines sont agréées, permettant aux sociétés d'exporter leurs productions vers les pays membres de l'Union Européenne ou vers les pays d'Asie. Face à la concurrence mondiale et aux exigences des marchés, les sociétés fournissent de gros efforts dans la conduite de leur élevage et du traitement de leurs produits pour l'obtention de crevettes labellisées, à l'exemple du « Label Ikizuki » (à manger crue) au Japon, du label rouge ou de la certification bio [143].

Depuis plus de trente ans, le groupe Unima est un pionnier de la crevette à Madagascar. Avec un effectif de 4.000 personnes, le groupe est le premier exportateur de l'île avec des captures de 7.500 tonnes par an [144].

Unima se positionne sur un produit de qualité qui a conduit le groupe à une intégration verticale complètement maîtrisée : production d'aliments, domestication, reproduction, élevage, conditionnement, cuisson (crevettes cuites réfrigérées), distribution offrant une qualité, une traçabilité et un service parfaitement contrôlés jusqu'aux clients distributeurs [144].

b. Une production de qualité et un label rouge

Unima travaille avec différentes démarches de qualité (HACCP, ISO 9001, IFS) pour ses différents sites. L'ambition de qualité premium a demandé un management intégral pour maîtriser la qualité. En vue d'un meilleur développement sur le marché mondial avec une meilleure visibilité sur le marché haut de gamme, le groupe Unima s'est naturellement tourné vers le label de qualité supérieure label rouge. Parmi les points forts du produit nous pouvons citer sa fraîcheur et ses qualités organoleptiques reconnues. Lors des réflexions du groupe dans les années 2000 sur une potentielle certification produit, la pertinence d'un label rouge sur la crevette était évident [145].

c. Ecriture du cahier des charges

Un organisme de défense et de gestion regroupant les producteurs, les différentes entités du groupe et les partenaires (fournisseurs et stockage) a donc été créé sous le nom d'association Ile Rouge. Le cahier des charges a été rédigé à partir des processus existants qui répondaient déjà aux exigences du label. Les tests organoleptiques menés ont validé les critères de qualité supérieure de la crevette avec des qualificatifs comme : croquante, juteuse, ferme, délicatement parfumée, iodée.

d. Certification label rouge

La certification du cahier des charges « crevette d'élevage penaeus monodon présentée entière crue surgelée ou entière crue surgelée corps décortiqué ou entière cuite réfrigérée » a eu lieu en 2003.

e. Enjeux autour du label rouge

Les enjeux de la crevette label rouge sont avant tout de se faire connaître. Contrairement à d'autres produits comme les viandes, les produits de la mer sont moins connus et moins différenciés par les consommateurs. Les professionnels sont donc en continuelle conquête de marché [145].

f. Avantages et inconvénients du label rouge

En plus d'une reconnaissance, le label rouge permet la reconnaissance de qualité et de justifier le coût. Néanmoins, si le label est reconnu et très bien valorisé en France, il reste moins connu sur les autres marchés. Un opérateur seul aura donc du mal à se faire connaître. Il est à souhaiter que dans l'avenir des investissements soient orientés vers la promotion du label rouge dans le reste de l'Europe et dans le monde avec une communication d'envergure nationale. Dans les inconvénients de la démarche, il est aussi à noter que les délais administratifs pour la modification du cahier des charges (environ 2 ans) ne sont pas compatibles avec la réactivité qu'exigent le marché et l'environnement (changement climatique qui impacte les techniques de production par exemple) [145].



CHAPITRE 6 : DÉMARCHE DE QUALITÉ SPÉCIFIQUE



La certification de conformité est une démarche reconnue et encadrée par les pouvoirs publics français qui est sortie du dispositif français des signes officiels de qualité et d'origine français en 2005.

Type de démarche

La certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des règles spécifiques et à des caractéristiques préalablement fixées (les « exigences et recommandations ») qui le distinguent du produit courant et qui portent, selon les cas, sur la production, la transformation ou le conditionnement.

Les caractéristiques spécifiques du produit reposent sur des critères objectifs, mesurables, contrôlables et significatifs pour le consommateur, consignés dans un cahier des charges, qui peut être élaboré par une structure collective ou un opérateur individuel.

Les caractéristiques certifiées peuvent donc être relatives notamment à la composition du produit, à ses caractéristiques organoleptiques ou physico-chimiques, ou à certaines règles de fabrication.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

La démarche est créée par la loi du 30 décembre 1988 [146] et mise en application par le décret du 25 septembre 1990 [147]. Sa mise en place fait suite aux recommandations de la commission de modernisation du droit de l'alimentation [148]. Pour répondre aux objectifs fixés, notamment de maintenir la reconnaissance de la spécificité des produits français dans les échanges internationaux et compte tenu des signes de qualité existants, la commission conclut qu'il « est important, en complément du système des labels, de pouvoir certifier la conformité à des normes ». Elle propose de s'inspirer, sous réserve d'adaptation, au certificat de qualification des produits industriels mis en place par la loi Scrivener (1978) [149]. Le rapport rappelle qu'il « est indispensable que la certification, qu'elle soit opérée ou non par un organisme agréé ou homologué par l'Etat, soit assurée dans des conditions clairement définies assurant son impartialité et son efficacité ».

Ce certificat de qualification correspond à une marque collective attestant qu'un produit répond à certaines caractéristiques sans connotation d'un niveau de qualité [16]. Le président de la commission, Pierre Creysel, à l'origine de ce signe, positionne la certification de conformité de produit comme le moyen « d'ouvrir le champ de la certification des denrées alimentaires en créant, à côté du label agricole qui ne vise que des produits de qualité supérieure, une possibilité nouvelle de certification pour des produits conformes à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées ».

2. Objectifs actuels

Un produit certifié conformité, c'est un produit d'une qualité distincte et constante, portant sur son étiquetage le détail de ses caractéristiques certifiées. Le logo « Produit Certifié » signifie que chaque produit répond à des critères qualitatifs significatifs, objectifs, mesurables, traçables, valorisables, vérifiables et vérifiés.

3. Objectifs observés

Depuis la conception de la CCP, 540 dossiers de demande ont été déposés auprès du ministère de l'agriculture et de la pêche français. Sachant qu'environ 620 dossiers de label rouge ont été déposés en quatre fois plus de temps, ce nombre paraît relativement important, ce qui laisse penser que la CCP répond à un besoin [16].

Dans l'analyse de Blanchemanche S. et al. de 2003 [16] sur l'état des lieux quantitatif et qualitatif de la certification de conformité de produit, il est noté concernant le dispositif d'habilitation que « Ce système où les médiations entre les demandeurs et les institutions sont peu nombreuses (pas d'organisation collective professionnelle, pas d'organisation de promotion, pas de recours à une expertise dans la constitution des dossiers, pas d'analyse des goûts des consommateurs, etc.) semble avoir laissé une marge de manœuvre importante aux opérateurs qui ont pu adapter cet outil à leurs propres stratégies ».

Dans ce même rapport, les objectifs de la certification ont été répertoriés auprès des dossiers de demande et des entretiens avec des opérateurs ayant déposé une demande CCP. L'analyse de ces objectifs a montré des disparités entre les secteurs et les opérateurs. Parmi ces objectifs nous pouvons citer :

- contraindre l'amont : la CCP vise à assurer que le fournisseur remplit le cahier des charges qui lui incombe ;
- protéger une dénomination : le but recherché est la protection d'une dénomination (le plus souvent géographique en couplant avec une IGP) ;
- rester/devenir compétitif : la CCP doit permettre de rester ou de devenir compétitif sur le marché en maintenant ou augmentant ses parts de marché ;
- assurer de nouveaux débouchés : la CCP permet de garantir des débouchés à la production (par exemple, les porcs pour les jambons sous labels) ;
- se différencier : par le biais de la CCP, le produit se distingue du produit courant ;
- fidéliser une clientèle : l'objectif est de fidéliser une clientèle autour d'un produit ;
- organiser la filière : la CCP est un outil d'organisation et/ou de standardisation de la filière ;
- obtenir une garantie officielle : la CCP apporte une caution externe sur le produit et sa fabrication ;
- améliorer l'homogénéité de la production : la CCP doit permettre d'avoir une production de qualité et de quantité plus constantes ;
- motiver les employés : la CCP est un outil de motivation interne ;
- améliorer la qualité : l'amélioration qualitative du produit est visée ;
- pérenniser une production locale : la CCP est un outil de soutien à des productions locales et doit leur permettre de subsister ;
- rassurer : la CCP est utilisée pour assurer au consommateur la qualité (sanitaire) du produit ;
- valoriser la production : la CCP doit permettre la valorisation financière d'une production plus qualitative, donc plus coûteuse à produire ;
- formaliser et associer une garantie officielle à une démarche existante avec cahier des charges et plan de contrôle (par exemples : groupement qui avait mis en place un système qualité, une charte qualité etc.) ;
- élargir la gamme des produits sous signe de qualité dans le cas où le détenteur avait déjà un ou plusieurs labels rouge ou CCP sur d'autres produits lors de la demande de CCP. La nouvelle CCP a eu

- pour but d'étendre la gamme des produits sous signe officiel de qualité ;
- débiter une démarche qualité dans la filière ;
- préalable à l'obtention d'un signe d'identification de la qualité et de l'origine.

Dans ces objectifs nous voyons très clairement l'utilisation du signe comme **outil de segmentation** de gamme. Le rapport [16] montre que dans des secteurs peu segmentés du point de vue de la qualité, des opérateurs ont choisi la CCP comme à un outil de segmentation. Dans des secteurs déjà segmentés, ils l'ont envisagée comme un signe pour un « produit intermédiaire », « entre les produits standards et les produits sous label rouge ». Dans ce dernier cas, l'exemple du secteur de la volaille montre que la CCP a pu remplir ce rôle de produit intermédiaire. Mais de nombreux opérateurs ont vite communiqué sur les mêmes points (pourcentage de céréales dans l'alimentation, etc.) et la CCP ne permettait plus de différencier son produit. Aujourd'hui, le marché est « arrivé à maturité ».

Le rapport met aussi en avant dans l'utilisation effective de la certification l'objectif de **crédibilité de l'information** donnée aux consommateurs. Pour les opérateurs motivés par cet objectif, la demande a été faite dans un contexte global où certaines filières agro-alimentaires traversaient des crises alimentaires et où les consommateurs montraient plus d'incertitude sur la qualité des produits. Lorsque le demandeur est d'un secteur directement touché par une crise alimentaire (par exemple, le secteur bovin touché par deux crises de l'ESB, ou le veau du fait de la crise du veau aux hormones), il s'agit de rassurer le consommateur. Sur d'autres secteurs, la motivation est d'assurer la confiance du consommateur en prévision d'une éventuelle alerte (secteur porcin par exemple).

La certification de conformité de produit joue manifestement le rôle d'**outil d'organisation des filières**. Elle a permis l'évolution globale des exigences de qualité attendue tant pour le label que pour les autres produits certifiés.

Dans l'analyse des 291 dossiers sélectionnés pour l'étude, le groupe de travail du rapport rapproche ces objectifs à des intentions stratégiques de la part des opérateurs. A partir de trois critères discriminants, 4 groupes de détenteurs de CCP ont été identifiés selon leurs intentions stratégiques :

- le principal objectif assigné par le demandeur à la CCP ;
- le secteur de production ;
- les caractéristiques communicantes utilisées.

Groupe	Nombre de dossiers	Objectif(s) affiché(s)	Principale(s) caractéristique(s) communicantes	Caractéristiques du secteur de production
1	31	Protection d'une dénomination	Origine géographique	-
2	92	Obtenir une garantie officielle	Traçabilité Alimentation des animaux	Secteurs ayant subi une crise de confiance alimentaire (bovins en 1997 et 2000, volaille en 1999)
3	80	Se différencier	Alimentation des animaux	Secteurs segmentés
4	88	Se différencier	Mode de protection Traçabilité	Secteurs peu segmentés (peu de stratégies de marques)

Tableau 5 : Récapitulatif des 4 groupes «intentions stratégiques» identifiés

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

La certification de conformité repose sur les exigences et recommandations. L'ensemble de ces exigences et recommandations, ainsi que leurs conditions minimales de contrôle, sont élaborées en concertation avec les organisations professionnelles intéressées, des organismes certificateurs et des personnalités qualifiées. Elles sont homologuées par arrêté des ministres chargés de l'agriculture et de la consommation.

Les organismes certificateurs sont accrédités par un organisme d'accréditation signataire de l'accord multilatéral pris dans le cadre de la coordination européenne des organismes d'accréditation, sur la base de la norme NF EN 45011 [132]. En outre, les organismes certificateurs sont tenus au respect des exigences spécifiques pour la certification de conformité de produit.

Les organismes certificateurs sont regroupés au sein du CEPRAL, association des organismes certificateurs pour la promotion des systèmes de certification de produit du secteur agroalimentaire.

Les conditions d'utilisation du logo, ainsi que sa promotion, relèvent de l'ADCCPA (association pour le développement de la certification de conformité de produit agroalimentaire). L'ADCCPA rassemble les opérateurs détenteurs ou porteurs d'un projet de certification de conformité, les organismes certificateurs, les représentants des distributeurs et des consommateurs.

Le logo est la copropriété de :

- l'association pour le développement de la certification de conformité de produit agro-alimentaire (ADCCPA) ;
- l'Interbev ;
- l'association des organismes certificateurs pour la promotion des systèmes de certification de produit du secteur agroalimentaire (CEPRAL).

2. Procédure de la demande

L'opérateur qui souhaite obtenir la certification de conformité d'un produit demande à l'organisme certificateur qu'il choisit de valider sa démarche de certification et lui soumet à cette fin un cahier des charges qui indique comment sont mises en œuvre les exigences et les recommandations choisies, les principaux points à contrôler ainsi que les méthodes d'évaluation. Le dossier de demande de certification de conformité produit peut être initié par une entreprise seule ou un groupement de producteurs.

La démarche de certification validée par l'organisme certificateur fait l'objet d'une déclaration auprès du ministre chargé de l'agriculture. Cette déclaration comprend :

- la désignation précise du ou des produit(s) faisant l'objet de la déclaration ;
- l'indication des recommandations et, le cas échéant, du mode de présentation de la caractéristique certifiée du produit, prévu par l'article R. 641-60, que l'opérateur choisit de respecter ;
- la justification de l'accréditation de l'organisme certificateur choisi pour la catégorie de produit en cause ;

- l'accord de l'organisme certificateur choisi et l'avis émis par son comité de certification sur la démarche de certification ;
- l'engagement de cet organisme de respecter le guide des bonnes pratiques en matière de certification.

La liste des certifications enregistrées est publiée périodiquement par le ministre chargé de l'agriculture au Journal Officiel de la République française. Elle précise les références du détenteur, de l'organisme certificateur, la dénomination ou les dénominations de vente du produit, les exigences correspondantes, les recommandations choisies et, le cas échéant, le mode de présentation de la caractéristique certifiée du produit, prévu par l'article R. 641-60 [150], assorti de sa durée. La liste des certifications enregistrées est tenue à jour sur le site internet du ministère chargé de l'agriculture [151].



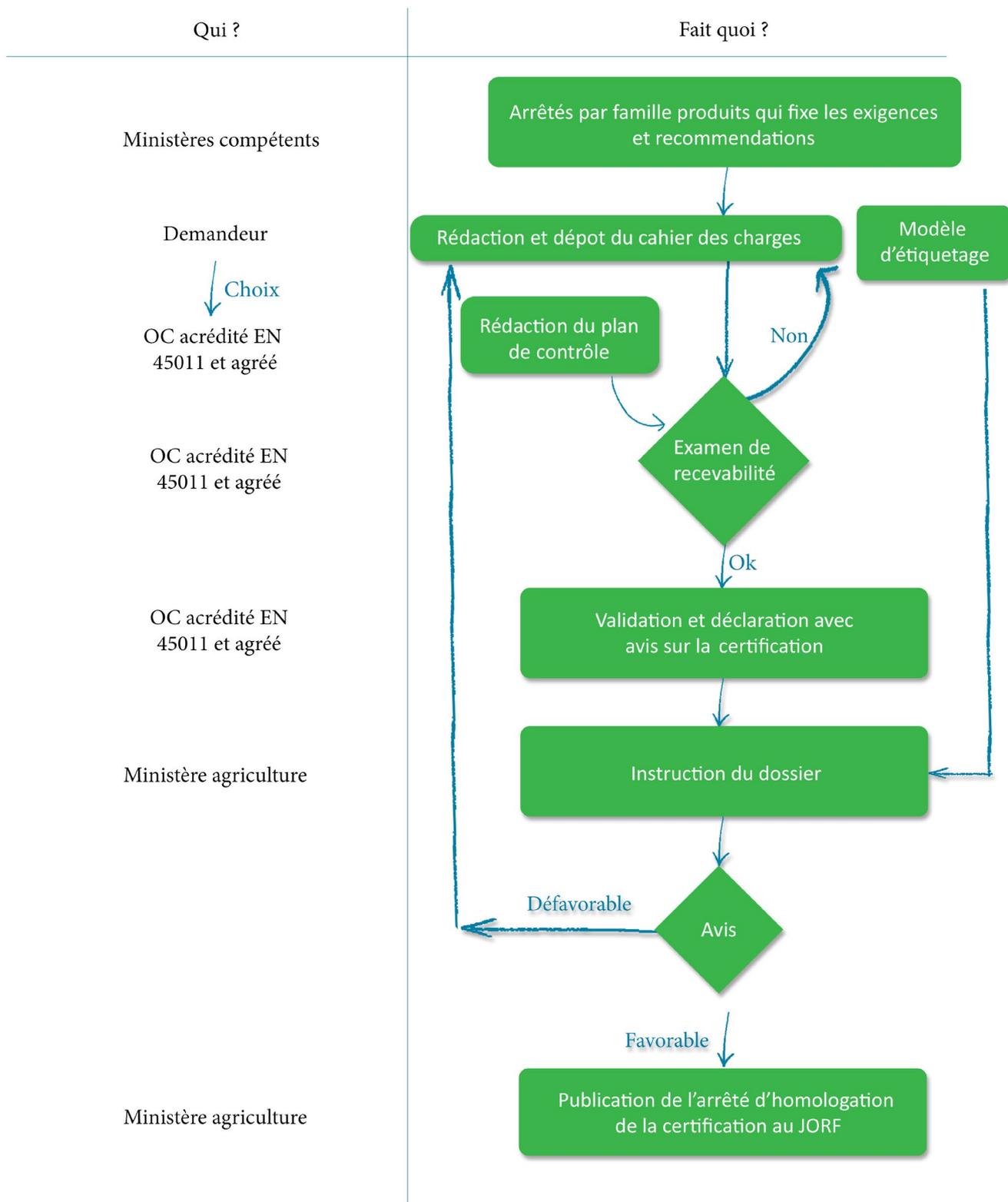


Schéma 6 : Schéma de la procédure de demande CCP

La certification de conformité d'un produit peut être identifiée par un logo approuvé par les ministres chargés de l'agriculture et de la consommation. En ce cas, les caractéristiques certifiées et le nom de l'organisme certificateur figurent sur l'étiquetage et un modèle d'étiquetage doit être soumis pour homologation.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Un plan de contrôle rédigé par le demandeur conjointement avec l'organisme certificateur offre une grille d'évaluation pour les contrôles internes et les contrôles des organismes certificateurs. Celui-ci est ensuite contrôlé ponctuellement par le COFRAC.

Cahier des charges de la démarche

Le certificat de conformité est délivré à un opérateur pour un produit qui respecte à la fois les **exigences** posées par les règles de production, de transformation et de conditionnement **du produit ou de la famille de produits défini(e) et au moins deux recommandations** relatives à la présentation pour le consommateur des caractéristiques certifiées du produit ou de la famille de produits choisi(e).

Ces exigences et recommandations sont définies par produit ou famille de produits par arrêtés. La certification garantit que le produit certifié se différencie du produit courant. Le produit courant doit répondre aux réglementations nationale et communautaire, aux normes d'application obligatoire et aux références professionnelles à portée obligatoire (accord interprofessionnel étendu).

Chaque cahier des charges décrit ses **propres caractéristiques et les moyens de maîtrise associés** en fonction :

- des éléments décrits dans les exigences et recommandations ;
- des caractéristiques certifiées mises en avant et justifiant la demande de certification ;
- de l'ensemble des éléments retenus.

Bien que de tailles et de présentations différentes, l'ensemble des cahiers des charges suit globalement le même plan de construction, autour de 6 à 7 parties [16] :

- a) La première partie concerne le contexte général de la certification : le demandeur se présente, donne des éléments sur son marché, sur ses objectifs ; puis il détaille le domaine d'application, à savoir la définition des produits concernés par la certification.
- b) La deuxième partie répertorie en général les textes réglementaires auxquels les opérateurs de la CCP doivent se soumettre. Cette partie peut aussi être placée en fin de document ou en annexe.
- c) La troisième partie est un glossaire, expliquant les abréviations et les termes techniques spécifiques à la production concernée.
- d) Le schéma de vie du produit détaille l'ensemble des opérations qu'il subit, de son origine au produit fini.
- e) La cinquième partie, de loin la plus fournie, présente l'ensemble des caractéristiques certifiées, de façon très détaillée. Trois points principaux sont exposés dans cette partie : les caractéristiques implicites (de nature réglementaire), les caractéristiques explicites (clairement identifiées, plus strictes que la réglementation) et les méthodes de maîtrise et de contrôle qui leur correspondent. L'organisation de cette partie varie d'un dossier à l'autre : la présentation peut être chronologique et détail-

ler chacun des 3 points à chaque étape, ou les méthodes de maîtrise et de contrôle peuvent faire l'objet d'une partie distincte, après la description des critères certifiés.

f) Cette partie est consacrée à l'étiquetage et à la communication. Toutes les mentions figurant sur l'étiquette sont ici développées, parfois accompagnées d'un modèle d'étiquetage. Cette partie peut, le cas échéant, énumérer les moyens marketing prévus pour accompagner la certification (PLV37, leaflets, têtes de gondole, etc.).

g) La dernière partie correspond aux annexes, qui fournissent des éléments supplémentaires (plan d'alimentation, méthodes d'analyses bactériologiques, liste positive des produits phytosanitaires autorisés, étude justifiant d'un procédé particulier, etc.).

Le cahier des charges est ensuite exploité par la structure de production qui met en place la démarche, forme les opérateurs, contrôle par délégation de l'organisme certificateur les opérateurs inscrits dans la démarche et assure donc la vie de son cahier des charges.

Situation et niveau de développement de la démarche

La situation en 2007 s'élève à 2 milliards d'euros liés à la commercialisation des produits certifiés. 200 entreprises sont engagées en CCP dont des coopératives, des groupements agricoles, des petites et moyennes entreprises, des industries et des distributeurs et plus de 50 000 producteurs sont concernés par ces démarches. Cela représente environ 310 cahiers des charges validés et 14 organismes certificateurs qui apposent le logo « Critères Qualité Certifiés » et maintenant le logo « Produit Certifié » [152].

La démarche CCP est particulièrement présente en élevage, dans les filières bovines et porcines notamment, mais aussi en production végétale, essentiellement en fruits et légumes plus rarement en céréales et produits céréaliers.

L'étude des données issues du dépouillement des 547 dossiers de demande de CCP d'après l'étude de Blanchemanche S. et al. de 2003 [16] a permis de mettre en lumière les acteurs économiques impliqués, les secteurs de production concernés. Une mise en relation avec des événements extérieurs ayant pu avoir une influence sur les objectifs de demande de CCP a été faite autant que possible. Dans les conclusions, le document rapporte que si la CCP s'est aussi fortement développée à partir de 1997, c'est avec le secteur de la viande qui a subi de plein fouet la crise de l'ESB et a voulu réagir vis à vis de la crise de confiance alimentaire qui a suivi. Le secteur des fruits et légumes a plutôt utilisé la CCP comme un outil d'organisation de la filière et de différenciation sur un marché très variable selon les années.

Avantages et inconvénients de la démarche

1. Avantages

D'après l'étude de Blanchemanche S. et al. de 2003 [16], les avantages se situent à différents niveaux.

En terme d'organisation de la filière, des retombées positives ont été recensées notamment lorsque des groupements ont été formés dans le but de mettre en place une démarche qualité dans la filière. La CCP a permis à des opérateurs d'une même filière de commencer à « travailler ensemble » [16].

La CCP semble ainsi pouvoir remplir le rôle d’amorce de la démarche qualité d’une filière ou d’une société et peut même servir d’outil d’apprentissage et de vulgarisation de celle-ci. Par exemple, dans des filières où le niveau de qualité était très variable d’un producteur à l’autre, des groupements ont voulu « niveler » la qualité. Les acteurs dont la production ne répondait pas aux critères de qualité exigés ont dû se mettre au niveau d’exigence requis par le cahier des charges de la CCP et ceux qui n’ont pas été capables de le faire ont été exclus [16].

Des personnes interrogées (du secteur du lapin, du veau et des fruits) pensent que les productions sous CCP ont tiré vers le haut la qualité pour l’ensemble des acteurs de la filière : « il y a une meilleure qualité du produit », « la façon de travailler est meilleure » [16].

2. Inconvénients

Le rapport pointe aussi des inconvénients vécus par les acteurs engagés en CCP.

La spécificité du positionnement de la certification de conformité de produit sur une « qualité complémentaire » par rapport à une norme, sans pour autant être de « qualité supérieure », position réservée au label et sans se positionner sur un segment intermédiaire entre le produit courant et le produit sous label, rend sa compréhension difficile [16].

La définition du cahier des charges est difficile. Elle demande beaucoup de travail, en particulier de négociation entre acteurs du système. Un détenteur le décrit comme un travail « non productif » [16].

Le temps de la procédure est « très long » : ceci rend le système « pas assez réactif par rapport au marché ». Il peut par exemple y avoir arrêt de la démarche de la part de l’opérateur du fait que le client qui a demandé le produit sous CCP ne soit plus intéressé [16].

La validation des étiquettes est longue, alors qu’un détenteur pense que ce délai pourrait être écourté si c’était l’organisme certificateur qui se chargeait de ce point [16].

Une fois la CCP validée, sa mise en place demande « beaucoup de temps et d’énergie » [16].

La démarche est « coûteuse comparée aux gains » produits. Ce point est variable en fonction de la stratégie des opérateurs [16].

Des contraintes de production du cahier des charges (par exemple un pourcentage minimum en céréales dans l’alimentation) sont coûteuses [16].

Les contrôles tiers, obligatoires, sont coûteux. Un détenteur pense qu’il serait possible de faire des économies d’échelle s’il arrivait à développer les volumes vendus sous CCP [16].

Les contrôles sont aussi très contraignants, mais indispensables puisque ce sont eux qui donnent de la crédibilité. Cependant, des clients (par exemple un boucher) n’apprécient pas tous ces contrôles et préfèrent donc acheter des produits non certifiés [16].

Un détenteur qui regroupe l’ensemble des acteurs d’une filière, avec des « petits » opérateurs (éleveur, transformateur) comme de très « grands » (industrie agro-alimentaire nationale) pense que le système est trop contraignant pour les petits producteurs, qui ne peuvent pas répondre à tous les critères du référentiel,

« alors que la qualité de leur produit est la même ». Le système devrait être plus adapté au type d'opérateur [16].

Valorisation et débouchés commerciaux sont parfois « décevants ». Pour presque tous les détenteurs interrogés, une meilleure valorisation et/ou les débouchés commerciaux étaient des objectifs explicites ou implicites de la CCP. Or un grand nombre, lorsqu'on leur demande de faire le bilan de la CCP, commence par déplorer le fait qu'il n'y a « pas de plus-value » engendrée par la CCP et/ou que les débouchés commerciaux sont « décevants » [16].

CCP à La Réunion

1. CCP Porc

a. Présentation de la filière

La production organisée de porcs à La Réunion est assurée par les éleveurs adhérents de la coopérative des producteurs de porcs de La Réunion (CPPR). Créée en 1974, la CPPR compte 250 adhérents exploitants des porcheries de dimension familiale (30 truies en moyenne). La production organisée représente environ 75% de la production porcine locale. En amont de la filière, 2 provenderies (URCOOPA et PROVAL) fournissent l'aliment. La filière porcine dispose d'un schéma d'amélioration génétique agréé par le ministère de l'agriculture et de la pêche français et d'un centre d'insémination artificielle (CRIAP). Actuellement 75% des porcelets sont issus d'insémination artificielle. En aval, la filière dispose d'un abattoir (SICABAT) et d'un atelier de découpe et transformation (SVP) aux normes CEE situés à Saint-Pierre. Les déchets de l'abattoir et de l'atelier de découpe sont pris en charge par la SICA AUCRE [153].

b. Situation du marché

La production locale a été multipliée par 4, lors des 30 dernières années. Cependant, elle est restée stable depuis 2000, alors que la production du secteur organisé a augmenté de plus de 3% sur la même période. Par contre, les importations en viande fraîche ont augmenté de 112% depuis 2000, ce qui s'est traduit par une baisse du taux de couverture. En 2006, la production locale représente 82% de la consommation locale de viande fraîche, contre 91% en 2000 [153].

Après avoir connu une crise de surproduction en 2004-2005, l'année 2006 a été marquée par un retour à l'équilibre entre l'offre et la demande. La fin de cette crise de surproduction s'est traduite par un retour à la normale du poids de carcasse qui s'est élevé en moyenne à 87,5 kg contre 91,3 kg en 2005 ce qui a entraîné une légère baisse du tonnage global malgré un nombre d'animaux abattus équivalent [153].

c. Emergence de la démarche

L'ARPAC, l'association réunionnaise pour une alimentation certifiée, a été créée en mai 2004 afin de rassembler les principaux acteurs de la filière porcine locale dans un objectif commun : segmenter le marché et valoriser leurs produits. Pour cela, une démarche qualité sous signe de certification conformité produit a été élaborée conjointement par L'ARPAC et OCTROI. La démarche connaît un fort développement en 2006-2007. Les premières années, les éleveurs rentrent facilement dans la démarche. Puis les certifications suivantes rencontrent plus de difficultés car le travail est plus long pour la mise en conformité des exploitations restantes [52].

d. Description de la démarche

Tableau 6 : Description de la démarche CCP viande de porc fraîche

(Source : liste des CCP sur le site de la DGPAAT [151])

Habilitation	CC/30/05 Viande porc fraîche
Détenteur	Association réunionnaise pour une alimentation certifiée ARPAC 5 avenue Charles Isautier 97410 St pierre
Points particuliers	Viande fraîche de porc : 1- respect des bonnes pratiques d'élevage ; 2- porcs âgés de 172 jours minimum ; 3- porc nourri avec 65 % minimum de céréales et issues de céréale Viande fraîche de cochons 1- respect des bonnes pratiques d'élevage 2- coche nourrie avec un minimum de 65% de céréales et issues de céréale
Organisme certificateur	OCTROI

e. Situation actuelle

En 2010, le nombre d'éleveurs habilités s'élève à 68, lors de l'assemblée générale d'OCTROI en Novembre 2011, le nombre d'éleveurs avaient atteint 85 sur 175 de la filière. L'objectif de l'ARPAC et de la CPPR est d'affiché un objectif de 100% des éleveurs certifiés en 2014. Les fabricants d'aliment habilités sont au nombre de deux [52].

Suite à la validation de la démarche porc et coche sur CCP CC/30/05 par la DGPEI et le COFRAC, les actions d'audit, de contrôle et de certification d'OCTROI ont démarré fin 2006 et se sont poursuivies en 2010. En 2010 l'aboutissement de la démarche avec mise en marché du produit certifié a pu être apprécié [52].

f. Objectifs, avantages et inconvénients de la démarche

La CCP pour la filière a été un outil de progrès et de qualité pour la production. Le segment CCP vise du haut de gamme pour une meilleure valorisation économique des produits en qualité bouchère. La filière s'est totalement appropriée la démarche CCP et souhaite aussi en faire une utilisation marketing [52].

La démarche s'inscrit comme une démarche d'amélioration continue et de progrès en élevage. Le cahier des charges reprend des exigences réglementaires avec des spécificités supplémentaires : alimentation, bonnes pratiques d'élevage, âge minimum des animaux à caractéristiques communicantes. Cette démarche est porteuse de progrès et constitue un cadre commun avec l'objectif d'y intégrer 100 % de la production. Contrairement à la volaille, il n'y a pas de commercialisation de porcs entiers aux consommateurs. Pour cela,

la CPPR souhaite mettre sur le marché une viande de porc certifiée avec la création d'une nouvelle gamme. C'est pour cette raison que la segmentation et la communication aux consommateurs se portent sur une gamme de produits haut de gamme : les pièces bouchères. Une certification sous conditionnement barquette est visée. Pour une certification et un affichage au consommateur, la certification doit couvrir la filière jusqu'à la commercialisation. Ainsi, les outils d'abattage, de découpe et de conditionnement ont été habilités par OCTROI pour permettre la communication produit.

Les avantages de la CCP sont (i) une garantie pour le distributeur et le consommateur, (ii) un contrôle tout au long de la filière de l'aliment en passant par la génétique, les conditions d'élevage, le transport et l'abattage – découpe – transformation, (iii) un produit plus homogène, (iv) une dynamique de filière.

Les inconvénients sont (i) qu'il ne s'agit pas d'un signe de qualité supérieure, (ii) qu'il manque de différenciation par rapport à d'autres démarches comme le label rouge et (iii) un manque de notoriété vis à vis du consommateur.

2. CCP poulet jaune

Tableau 7 : Description de la démarche CCP poulet jaune frais entier et découpe

(Source : liste des CCP sur le site de la DGPAAT [151])

Habilitation	CC/02/09 Poulet jaune frais entier et découpe
Détenteur	AVICOM 4, avenue Michel Debré 97427 Etang-Salé
Points particuliers	1- durée d'élevage 56 jours 2- alimentation 100% végétale, minérale et vitaminique avec 65% de céréales
Organisme certificateur	OCTROI

3. CCP charte de progrès élevage AVIPOLE

Dans le cadre de la mise en place de la démarche « Agri Confiance[®] » par la coopérative AVIPOLE au sein de la filière volaille, le groupement de producteurs doit mettre en place un outil d'évaluation des éleveurs. AVIPOLE a décidé de mettre en place un outil de progrès qui servira également d'outil d'évaluation des éleveurs. A ce titre, AVIPOLE s'est rapproché d'OCTROI afin de lui apporter une expertise sur l'outil de progrès et de réaliser les contrôles des élevages. Les actions ne pourront démarrer qu'après la validation du programme sectoriel.

4. Les produits festifs d'AVICOM

La société AVICOM créée en 2002 d'un rapprochement de la SEGMA (société d'exploitation grand matin abattoir) et de CRETE D'OR ENTREPRISE, gère la commercialisation et la communication des produits issus des deux abattoirs. La réflexion d'AVICOM pour la mise en place d'une démarche en certification de confor-

mité produit démontre une vision à moyen et long terme de la filière volaille. Elle s'inscrit dans une volonté de développement des productions locales et de valorisation des produits issus de ces productions. Elle s'inscrit également dans la mise en conformité de ces allégations en matière d'étiquetage sur les critères relatifs à « l'alimentation » et à « l'âge d'abattage ». Aussi, après la certification du poulet jaune en CCP, AVI-COM prévoit de faire certifier ses produits festifs : oie ; dinde ; poularde et chapon.

5. Démarche CCP ombrine

OCTROI travaille avec la SAM (société aquacole des Mascareignes) vers la certification de l'ombrine ocellée, appelé encore Courbine, sous le signe CCP. L'ombrine ocellée est un poisson d'élevage, qui grossit dans les cages off-shore de la baie de St Paul. Sa production étant récente à La Réunion et dans l'Océan Indien, la SAM souhaite segmenter le marché local et proposer un produit issu d'un élevage certifié. L'objectif est d'apporter aux consommateurs des garanties et de développer le produit sur le marché local, en augmentant sa notoriété.

En effet, la jeunesse de sa production et son manque de visibilité face aux autres produits de la mer font que le produit peine à trouver sa place dans l'assiette des réunionnais. Suite à une première validation du cahier des charges par le comité de certification, la SAM a sollicité la DGPEI pour la mise en place d'un groupe relatif aux exigences et recommandations en aquaculture. Le document d'exigences et recommandations est paru au JORF le 24 avril 2010 [154].

OCTROI, la SAM et l'ARDA (association réunionnaise de développement de l'aquaculture) se sont donc rencontrés à plusieurs reprises, afin de mettre le cahier des charges en conformité avec les exigences et les recommandations. En particulier, de nouvelles caractéristiques communicantes ont été choisies par la SAM qui souhaite désormais communiquer notamment sur les qualités nutritionnelles de l'ombrine « naturellement riche en acide gras oméga-3 et source de phosphore » [52].

Cette nouvelle caractéristique nécessitant la réalisation d'analyses biochimiques, plusieurs laboratoires métropolitains et réunionnais ont été contactés en prévision du démarrage prochain de l'activité de certification. Le plan de contrôle externe et interne a été finalisé. Les deux documents (cahier des charges et plan de contrôle) ont fait l'objet d'une validation par le comité de certification du 19 mai 2010 [52].

6. CCP « viande bovin »

La filière bovine connaît, à l'île de La Réunion, une évolution récente de son marché. Depuis quelques années, la tendance s'inverse entre une offre croissante de la part des producteurs de l'île et une demande en baisse pour les produits issus de ces filières. Les évolutions techniques concernant l'augmentation de la DLC de la viande bovine ont permis le développement de viandes importées. Le marché s'est ainsi modifié, rendant plus difficile la commercialisation de la production locale. De plus malgré des efforts consentis dans ce sens, une des difficultés de la filière reste l'hétérogénéité de sa production et l'irrégularité dans la qualité des produits qui en découlent [52].

A l'avenir, la filière souhaite améliorer l'homogénéité de ses carcasses et proposer un produit répondant à des critères de qualité définis. Dans ce contexte, la communication et la notoriété du produit sont primordiales pour que le produit trouve une place auprès du consommateur. L'image de la production locale, de par ses spécificités techniques, de ses savoir-faire et la qualité de ses élevages, doit pouvoir participer à la

communication donnée autour du produit. La réflexion entreprise par la Sica Révia fait preuve d'un grand intérêt par sa vision stratégique à moyen et long termes. Elle s'inscrit dans une volonté de développement des productions locales et de valorisation des produits issus de ces productions [52]. La Sica Révia, consciente des difficultés auxquelles elle doit faire face souhaite s'appuyer sur une démarche de certification pour :

- établir un contrat de progrès pour la filière et bénéficier d'un outil de développement de la qualité et d'amélioration des pratiques dans les élevages ;
- garantir à ses consommateurs et clients une qualité et une origine de ses produits ;
- communiquer auprès des consommateurs et auprès des clients sur des critères mettant en valeur le savoir-faire local ;
- mettre en valeur la régularité du produit ;
- définir les caractéristiques différentielles du produit par rapport aux importations.

La démarche de certification proposée pour la filière bovin viande de la Sica Révia, représente un outil de compétitivité indispensable tant qu'elle est liée à l'identification et à la qualité du produit. La mise en œuvre d'une certification, accompagnée d'un réel effort de la filière en termes de communication et de rigueur de ses opérateurs doit pouvoir entraîner une amélioration des conditions de mise en marché grâce à la différenciation du produit par rapport aux produits importés [52]. La certification répond aux préoccupations des consommateurs en matière de traçabilité et d'identification en mettant en avant quatre valeurs fortes :

- l'engagement d'une filière dans une démarche de progrès ;
- le respect d'un cahier des charges ;
- la réalisation de contrôles garantissant la conformité des produits ;
- un étiquetage clair et informatif.

Les premières étapes du dossier ont été engagées par la Sica Révia avec OCTROI en octobre 2009 (études préliminaires concernant la filière, l'analyse de la structure porteuse et l'élaboration du cahier des charges) [52].

CHAPITRE 7 : MENTION VALORISANTE « PRODUIT PAYS RÉUNION » (PPR)

Il existe aussi des mentions valorisantes définies par l'Etat français. Ce sont des mentions réglementées qui permettent une valorisation lorsqu'elles sont apposées sur l'étiquette du produit.



Le statut des mentions valorisantes est aussi complexe que celui de la notion de qualité et de la notion d'origine. La première source de complexité tient d'abord au vocabulaire usité. On parle en général de mentions valorisantes mais le langage administratif ou juridique préfère le terme « allégations », alors que certains textes comme le code de la consommation parlent d'expressions. Tout ce vocabulaire n'en recouvre pas moins une réalité : l'emploi de terme « évocateurs » permettant de mieux vendre un produit [44].

Nous verrons ici de trois mentions parmi celles existantes: « Montagne »; « Fermier »; « Produits Pays ».

Type de démarche

« Produit Pays Réunion » est une mention valorisante définie par décret qui garantit et informe le consommateur de La Réunion sur l'origine réunionnaise des produits grâce à l'apposition de la mention « Produit Pays Réunion » sur l'étiquette. Les produits pays Réunion doivent donc :

- être issus d'animaux nés, élevés et transformés à La Réunion ;
- être issus de végétaux plantés et cultivés à La Réunion.

Suite à la promulgation du décret, l'association produits pays Réunion (APR) a été créée afin de promouvoir la mention. Un logo propriété de l'APR a été mis en place. Son utilisation est réservée aux adhérents de l'association.

Champs d'application

La mention PPR concerne toutes les denrées alimentaires ainsi que les produits agricoles non alimentaires et non transformés, sauf vins aromatisés et spiritueux, dont toutes les activités de production, y compris de naissance, d'élevage, d'engraissement, d'abattage et de préparation, ainsi que de fabrication, d'affinage et de conditionnement sont réalisées dans le département de La Réunion. La mention concerne toute personne physique ou morale, tout professionnel ou groupement de professionnels, quelle que soit sa forme juridique, qui participe à la production ou à la transformation des denrées alimentaires et des produits agricoles non transformés.

Les modalités d'application de la mention valorisante fixées par décret ne concernent que le marché de La Réunion. Les marchandises, légalement produites et commercialisées dans l'un des Etats membres de la Communauté Européenne ou dans l'un des pays signataires de l'accord sur l'Espace Economique Européen, qui emploient, dans leur étiquetage ou leur présentation, les termes « Produits Pays » ne sont pas soumises aux dispositions du présent décret. La mention valorisante et une indication géographique (AOC, AOP ou IGP)

sont compatibles dès lors que, selon les cas, le décret de reconnaissance de l'appellation d'origine ou l'arrêté d'homologation du cahier des charges de l'indication géographique protégée ne prévoit pas de disposition y faisant obstacle.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

La mention valorisante « Produit Pays » a été mise en place en France pour permettre au consommateur d'identifier les produits issus des départements d'outre-mer (DOM) sur le marché des DOM. L'objectif était d'apporter une information au consommateur sur l'origine locale des produits afin d'accroître la compétitivité des productions locales face aux importations insulaires.

C'est donc un outil de segmentation de marché ou de différenciation.

Lors de sa mise en place à La Réunion, sous l'impulsion de la fédération réunionnaise des coopératives agricoles (FRCA), la mention répondait à un souhait de la profession de démarquer de manière officielle les importations des produits strictement locaux et faisait suite à des expériences à ce sujet (« tout frais d'ici »). La mention valorisante avait donc pour objectif de permettre au consommateur d'identifier les produits locaux.

2. Objectifs actuels

Grâce à une politique de communication, PPR a réussi à se faire connaître par les consommateurs de La Réunion. Son objectif est toujours celui de la segmentation. Mais la multiplication des labels rend parfois illisible le message pour les consommateurs et PPR doit donc savoir se positionner dans cet univers. Pour rester compétitif, l'association PPR a mis en avant les attributs qui découlaient de la mention : fraîcheur, identité, réactivité et adaptation au marché local, créateur de richesse et d'emplois locaux sont quelques arguments de vente des produits PPR.

3. Objectifs observés

Comme mentionné en introduction, les mentions valorisantes sont complexes à comprendre et à utiliser. En particulier quand elles portent sur la notion d'origine. La rigidité du référentiel réglementaire face à une réalité polymorphe entraîne parfois des attributions/non attributions incompatibles avec une stratégie de communication cohérente. L'association PPR nous illustre un cas où la stratégie PPR risque d'être contre-productive face à la stratégie d'entreprise. Un bâton de saucisson d'une entreprise réunionnaise peut prétendre à la mention PPR quand ce même saucisson (produit à La Réunion) aux noisettes (non produites à La Réunion) ne peut pas prétendre à la mention PPR. Pour la lisibilité de la mention, apposer la mention PPR sur un produit contenant de la matière première non produite à La Réunion peut entraîner une confusion chez le consommateur et une perte de confiance dans la mention. Mais pour l'entreprise, proposer le même produit à un ingrédient près avec et sans mention peut aussi être source de confusion pour ses consommateurs.

En plus de cette complexité d'utilisation, la mention ne comporte pas de garantie de qualité. Ainsi pour la communication et le positionnement des produits face à une concurrence sous signes de qualité par exemple, la mention PPR ne peut pas garantir de « qualité » du produit. L'objectif affiché par les acteurs

de la mention est que la mention soit une étape pour aller au-delà de l'origine, vers un signe de qualité par exemple. Ainsi l'alliance des deux signes : PPR et signe de qualité, comme c'est le cas avec AOP et PPR Bourbon pointu, permet au consommateur d'identifier l'origine et la qualité. Cette stratégie permet aussi d'apporter de la valeur à la mention valorisante qui abrite des produits de qualité et contribue donc à la promotion des produits d'origine Réunion.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

Le préfet de région délivre les autorisations d'utilisation de la mention valorisation PPR par arrêté préfectoral après consultation de la commission régionale des produits alimentaires de qualité « CORPAQ ».

La CORPAQ réunit sous l'autorité du préfet représenté par la direction de l'agriculture, de l'alimentation et de la forêt (DDAF) des représentants de la direction des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIECCTE), la direction des services vétérinaires (DSV), des chambres consulaires, des collectivités, des organismes de développement, représentants du monde agricole et agroalimentaire. Elle évalue les demandes au cas par cas.

La CORPAQ se prononce dans un délai de trois mois suivant la date de la saisine. A défaut de réponse à l'expiration de ce délai, son avis est réputé favorable. L'agrément est obtenu à vie sous conditions de respecter les conditions d'application du décret.

La DIECCTE peut sous demande effectuer des contrôles.

L'association produits pays Réunion « APPR » regroupe les adhérents-producteurs suivants : Avicom, Sica Revia, coopérative des producteurs de porcs de La Réunion (CPPR), SICA VIANDES PAYS (SVP), Sicalait, élevage Maximin Maillot, scea du Chemin d'Eau, élevage Karl Techer, Aviferme, coopérative Ovocoop, ferme Marine de La Réunion, Coopemiel, liquoristerie Rivière, SARL Réunion fruits et légumes (RFL) [155]... L'APPR a entre autres pour missions de promouvoir et communiquer sur les produits pays réunion au travers du logo et d'opérations commerciales et de communication.

2. Procédure de la demande

Le porteur de projet dépose une demande d'autorisation⁶¹ au préfet du lieu de production ou du lieu de transformation pour un produit. Le produit ou la famille de produits se caractérise par sa formulation, son process et son conditionnement. Ainsi, du steak haché bovin, du bovin sous vide et du tranché bovin représente trois familles différentes et doivent donc faire l'objet de trois demandes.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

61 établie selon le modèle fixé par un arrêté conjoint du ministère chargé de l'agriculture et du ministère chargé de la consommation

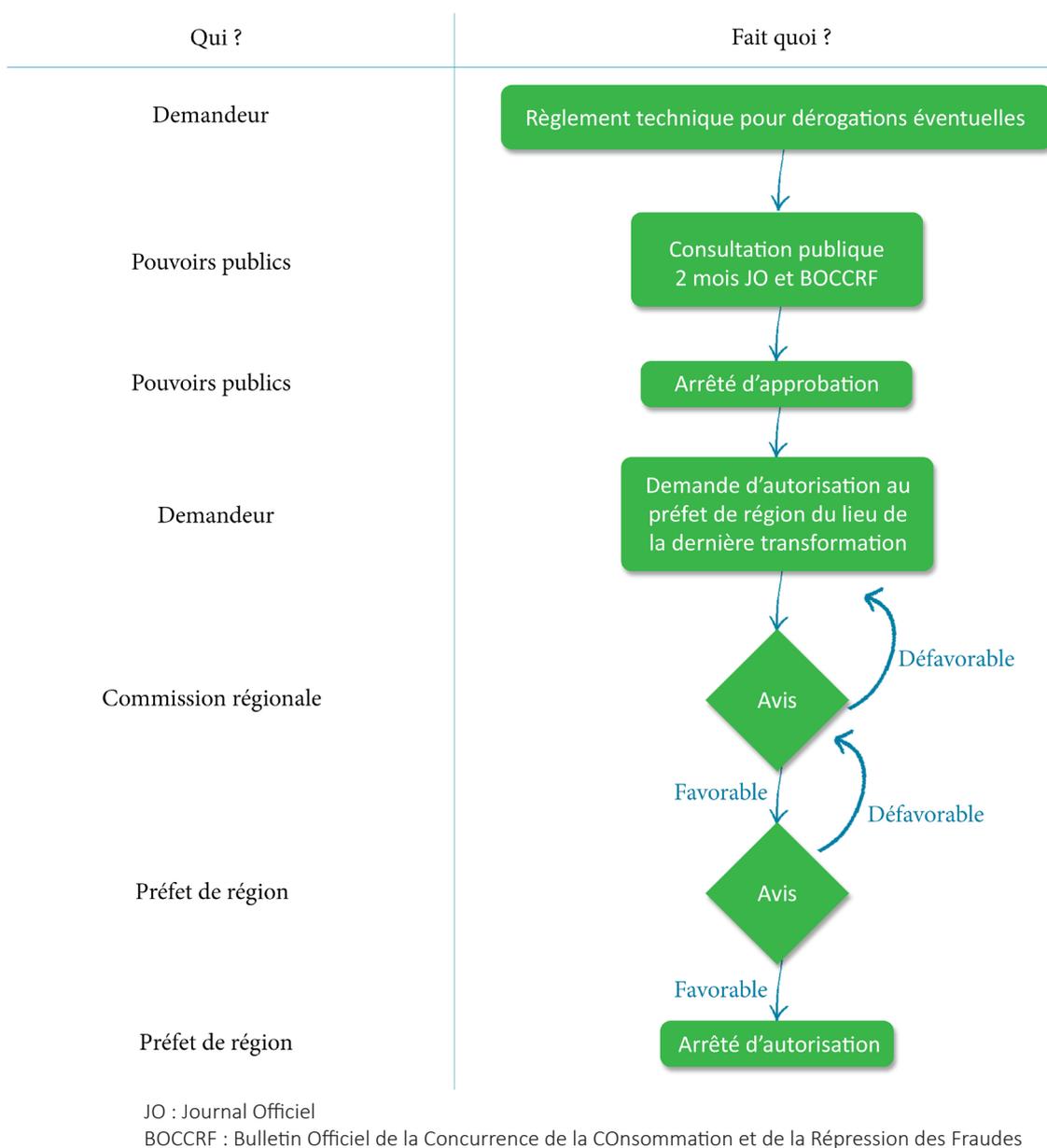


Figure 7 : Procédure d'obtention de l'autorisation d'utiliser la dénomination « Produit Pays Réunion » [156]

Le préfet de région peut prononcer, par décision motivée, la suspension ou le retrait de l'autorisation (article 10 Décret ministériel n° 2006-16 21) [157].

Ainsi, en cas de non-respect des conditions fixées pour l'utilisation des termes « produits pays », le préfet de région peut mettre le titulaire de l'autorisation en demeure de procéder, dans un délai qu'il fixe, à des actions correctives. Lorsqu'à l'expiration du délai imparti il est constaté que la mise en demeure est restée sans effet ou n'a été que partiellement prise en compte, le préfet de région peut suspendre, pour une durée qu'il dé-

termine et qui ne peut excéder douze mois, l'autorisation d'utiliser les termes « produits pays ». A l'issue de cette période, le préfet de région met fin à la suspension s'il a été remédié aux irrégularités constatées, ou procède au retrait de l'autorisation (article 9 Décret ministériel n° 2006-16 21) [157].

En cas d'urgence ou si les faits constatés sont d'une gravité suffisante, le préfet de région peut, sans mise en demeure préalable, prononcer la suspension de l'autorisation ou procéder à son retrait.

L'utilisation sur le marché des termes « produits pays » sans être titulaire de l'autorisation ou qui ne respecte pas les conditions de production ou de fabrication fixées par décret, entraîne des peines d'amende prévues pour les contraventions de la troisième classe.

Cahier des charges de la démarche

Le décret fixe les conditions d'application de la mention valorisante « produits pays Réunion », il fait office de cahier des charges.

1. Décret et conditions d'application

La mention « produits pays » est réservée aux denrées alimentaires et aux produits agricoles non alimentaires dont toutes les opérations de production, y compris de naissance, d'élevage, d'engraissement, d'abattage et de préparation, ainsi que de fabrication, d'affinage et de conditionnement sont réalisées à La Réunion. Doivent également provenir d'un département de La Réunion les matières premières entrant dans leur fabrication ou dans l'alimentation des animaux. (Article 2 décret spécifique n°2006-1621 paru pour les DOM le 19 décembre 2006) [157].

Des dérogations existent (article 3 décret spécifique n°2006-1621 paru pour les DOM le 19 décembre 2006) [157].

Notamment concernant les matières premières entrant dans la fabrication des denrées alimentaires ou dans l'alimentation des animaux qui peuvent provenir de toute autre zone géographique équivalente ou assimilée énumérée au paragraphe 2 de l'article 299 du traité instituant la Communauté Européenne [158].

L'obligation de naissance est considérée comme satisfaite si les volailles ont été introduites dans le département d'outre-mer avant deux jours d'âge.

L'obligation de provenance ne s'applique ni aux matières premières entrant dans l'alimentation des animaux ni aux ingrédients entrant dans la composition des denrées alimentaires qui, pour des raisons naturelles ou techniques, ne sont pas produits en quantité suffisante dans le département de La Réunion.

La notion de « quantité suffisante » peut être précisée, par produit ou catégorie de produits, par des arrêtés conjoints du ministère chargé de l'agriculture et du ministère chargé de la consommation, sur proposition des commissions régionales des produits alimentaires de qualité concernées.

2. Utilisation de la mention valorisante produit pays

FICHE DE PRESENTATION PRODUIT		
Fiche de présentation pour les produits alimentaires non alimentaires et non transformés, d'origine pays « produits pays », et leurs transformations, dérivés		Page: 2/3
VII. Provenance des matières premières entrant dans l'alimentation des animaux et des matières premières entrant dans la composition de la denrée alimentaire et, le cas échéant, la fabrication ou le transport de l'obligation de provenance		
: Alimentation des animaux		
: Provenance des matières premières		
<input type="checkbox"/> VEAU SOUS VIDE		<input type="checkbox"/> Provenance
VIII. Lieu de fabrication et de conditionnement de la denrée alimentaire		
IX. Méthodes et moyens de contrôle prévus pour assurer la conformité et assurer le respect de la provenance et contrôler que le produit satisfait aux exigences réglementaires pour permettre à l'Administration de vérifier la bonne réalisation des contrôles		
METHODE:		
Famille de produit	Element de traçabilité	Méthode
MOYENS DE CONTROLE:		
X. Lesquels des contrôles ont été effectués par un professionnel, quel est le lieu et/ou l'heure prévu pour assurer le respect des cahiers des charges		
XI. Modèles d'étiquettes prévus, le cas échéant, pour le produit		
XII. Existence d'un des cahiers de qualité et d'origine sur le produit demandant l'utilisation des mentions « produits pays »		

Les transcriptions créoles énumérées ci-dessous peuvent être utilisées si elles sont accompagnées d'une traduction en français (article 4 décret spécifique n°2006-1621 paru pour les DOM le 19 décembre 2006 [157]) : produits pei ; produits peyi ; produits péi et produits péyi.

3. Fiche-type de présentation pour une demande d'autorisation d'utiliser les termes « produits pays » et leurs transcriptions créoles

La demande d'obtention doit être argumentée preuve à l'appui.

1. Nom et adresse du demandeur / et professionnels intervenant dans les opérations conjointes
2. Dénomination et descriptif succinct des produits
3. Condition d'obtention ou techniques de fabrication des produits
4. Aire géographique de production des matières premières entrant dans la fabrication de la denrée alimentaire
5. Aire géographique de production du produit agricole
6. Pour les volailles, l'âge d'introduction dans le département d'outre-mer, le cas échéant.
7. Provenance des matières premières entrant dans l'alimentation des animaux et des ingrédients entrant dans la composition de la denrée alimentaire et, le cas échéant, la justification du non-respect de l'obligation de provenance
8. Le lieu de fabrication et de conditionnement de la denrée alimentaire
9. Méthodes et moyens de contrôle prévus pour garantir la traçabilité et assurer le respect de la provenance « produits pays » du produit ainsi que les enregistrements prévus pour permettre à l'administration de vérifier la bonne exécution des contrôles : méthodes prévues et moyens de contrôle mis en place
10. Lorsque l'autorisation est demandée par un groupement de professionnels, description du dispositif interne prévu pour assurer le respect des cahiers des charges
11. Modèle d'étiquetage prévu, le cas échéant, pour le produit
12. Existence d'un des signes de qualité et d'origine sur le produit demandant l'utilisation des termes « produits pays »

Si oui : le nom et l'adresse de l'organisme de défense et gestion du produit, le cahier des charges homologué du produit concerné et les méthodes et moyens de contrôle prévus pour garantir la traçabilité et assurer le respect de la provenance « produits pays » du produit.

4. Compléments

Suite à des contacts pris avec le bureau des signes de qualité et après analyse des dossiers- types exigés pour l'obtention des autres signes de qualité ou mention valorisante, il est souhaitable de compléter les fiches transmises par un dossier, établi en 5 exemplaires reprenant les renseignements déjà fournis et complétés des informations suivantes :

Description complète du produits : description complète de la nature et de la composition des produits candidats aux termes « produits pays », et la justification de ce choix.

Le schéma de vie du produit : qui peut se dissocier en 3 à 4 phases distinctes : la production ; le process de fabrication ; le conditionnement ; l'expédition et la mise en marché.

Le schéma de vie répertorié, pour chaque étape du produit, les points à maîtriser et/ou à contrôler correspondants afin d'obtenir un produit garanti d'origine, sain, loyal et marchand.

La traçabilité du produit : la traçabilité ascendante et descendante constitue une mesure importante qui permet de suivre le produit à chaque étape de son schéma de vie, grâce aux informations enregistrées. La traçabilité doit permettre : de rassurer le consommateur et de valoriser les efforts de qualité de la filière.

Description complète de la mise en place du contrôle interne : avec description des modalités avec justificatifs documentaires et sa fréquence.

Logo : une attention particulière devra porter sur la justesse des termes employés dans l'utilisation de la mention valorisante, à savoir que PRODUITS PAYS doit obligatoirement se décliner au pluriel.

Divers : pour les matières premières entrant dans la composition des aliments pour animaux, préciser la provenance extérieure (Union Européenne, Amérique du Sud,...), le lieu de fabrication locale, leur composition moyenne, pour les épices et additifs, préciser systématiquement leur nature, en matière d'étiquetage, préciser les informations qu'elles apportent au consommateur, conformément aux normes UE.

Situation et niveau de développement de la démarche à La Réunion

Plus d'une quarantaine de références portent l'appellation « Produit Pays Réunion ». Ces produits sont issus du travail d'une quinzaine de coopérative.

Tableau 8 : Liste des filières engagées dans la démarche « Produit Pays Réunion » [155]

Filière	Entreprise	Produits
Filière porcine	Coopérative des Producteurs de La Réunion (CPPR)	produit carcasses et abats de porcs
	SICA VIANDES PAYS (SVP)	familles de produits Carcasses, découpe de porc, porc en barquette, produits marinés, farces et produits à base de farces, produits précuits, jambon, jambon sec, viande boucanée, sarcives, saucisserie fraîche, saucisserie fumée, saucisserie fumée, saucisserie sèche, boudins, mousses et terrines, fromage de tête
Filière oeufs	Elevage Maximin Maillot	produit œufs de poules de catégorie A
	SCEA du Chemin d'Eau	produit œufs de poules de catégorie A
	Elevage Karl Techer	produit œufs de poules de catégorie A
	Coopérative Ovocoop	ovoproduits présentés sous forme d'œufs durs écalés et d'œufs liquides
Filières avicole et cunicole	AVICOM	familles de produits volaille (y compris lapin) entière crûte, abats, découpe crue, découpe marinée crue, saucisserie crue, saucisserie cuite/fumée, volaille entière ou en cary cuit/fumé, découpe cuite/fumée, produit sous boyau cuit et cuit/fumé, pâté et mousse, volailles farcies et paupiette, découpe marinée crue pour rôti, boudin blanc, persillé, rillettes, découpe marinée rôtie, filet saumuré cuit et cuit/fumé, pâté en croûte
Filière bovine	SICA REVIA	familles de produits carcasses de gros bovins et abats, carcasse de veau et abats
	SICA VIANDES PAYS	familles de produits bovins sous vide, steak haché, tranche de bovin, saucisserie fraîche de bovin
Filière caprine	SICA REVIA	produit carcasse caprin.
Filière cervidés	SICA REVIA	produit carcasse cervidé
Filière aquacole	Société Aquacole des Mascareignes	ombrine ocellée et Sargue dorée
Filière fruits et légumes	SARL Réunion Fruits et Légumes (RFL)	fruits et légumes frais, entiers non transformés : à l'état naturel, non surgelés, non cuits
Filière jus de fruits	SETAA	Caresse créole Tangor, Caresse créole nectar de goyavier, Caresse créole ananas
Filière miel	COOPEMIEL	Miel de baies roses, Miel de forêt, Miel de letchis
Filière sirops	SARL Liquoristerie Rivière	Sirops Ananas Victoria, Citron, Exotique, Gingembre, Goyaviers, Letchis, Plantes aromatiques, Vanille
Fromages		Fromages
Filière épice		Vanille
		Curcuma

Avantages et inconvénients de la démarche

1. Avantages

Une activité complémentaire de celles de la FRCA : la FRCA accompagne ses adhérents dans leurs projets : organisation des filières, développement de la production, diversification de l'offre pour gagner des parts de marché sur les produits importés, répondre à la demande locale, valorisation de la profession d'agriculteur, prise en compte des questions environnementales et réglementaires, La promotion des produits pays Réunion et l'élargissement des débouchés pour ces produits agricoles de qualité et à valeur ajoutée s'intègrent dans les missions et objectifs globaux de la FRCA Réunion.

Le succès commercial des produits pays représente un moyen de renforcer les structures coopératives et les entreprises agroalimentaires qui en dépendent, et globalement de pérenniser les activités économiques locales dans un souci de développement durable. En effet, à travers les produits pays Réunion, c'est un modèle d'agriculture basé sur la solidarité, la citoyenneté et la responsabilité que l'on promeut. Leur diffusion auprès du grand public permet de gagner en outre une frange de consommateurs plus sensibles aux arguments qualitatifs.

Les PPR sont attractifs en termes d'image, car dans l'air du temps. Ils offrent une alternative à la « malbouffe » grâce à leurs qualités nutritionnelles (fruits et légumes notamment), une alternative à la consommation de masse (petits producteurs, produits de niche, ...), à la mondialisation (produits d'ici), à l'industrialisation à outrance des process de fabrication et à leur corollaire (pas écologiques, non respectueux des animaux), ... Ils pourraient être porteurs d'un art de vivre à la réunionnaise qui concilie tradition et modernité.

2. Inconvénients

La notion d'origine semble insuffisante bien qu'importante pour « vendre » les autres spécificités des produits pays (modèle économique, traçabilité). Des démarches qualité adaptées à chaque filière sont indispensables pour conférer une valeur ajoutée supplémentaire aux produits.

Les familles probables de produits « agréables » sont a priori toutes représentées. Les limites du décret (pas d'alcool et 100 % de matières premières d'origine réunionnaise) sont autant de limites à l'extension de la mention valorisante. En effet plus un produit est élaboré (sandwich par exemple) moins il a de chances de bénéficier de la mention à moins que l'on ne réussisse effectivement à lancer ou relancer des filières de production agricoles (blé, maïs, riz).

De plus, certains détracteurs soulignent l'ironie de la situation qui consiste à importer massivement des céréales pour produire l'aliment des animaux pays....

La segmentation actuelle des « images » ou identités relatives aux patrimoines réunionnais (agricoles, culturelles, artisanal, etc.) entraîne une grande confusion. Peut-être serait-il bon d'harmoniser une fois pour toute ces pratiques de valorisation par l'origine ou l'identité en adoptant un label commun qui servirait à la fois à valoriser la « production » réunionnaise dans sa globalité tout en permettant une différenciation entre les productions (agricoles, industrielles ou de services).

CHAPITRE 8 : MENTION VALORISANTE « MONTAGNE »

Type de démarche

La mention valorisante « Montagne » encadre l'utilisation du terme « Montagne ». Cette dénomination vise à assurer que l'ensemble des étapes d'élaboration du produit, de la production jusqu'au conditionnement, y compris les matières premières utilisées et l'alimentation des animaux, sont bien situées en zone de montagne. Le tout doit être défini dans un cahier des charges.

Champs d'application

Cette disposition s'applique aux denrées alimentaires autres que les vins et aux produits agricoles non alimentaires et non transformés originaires de France. Elle ne concerne pas les eaux minérales naturelles et les eaux potables pré emballées.

L'article 4 de la loi n°85-30 du 9 janvier 1995 relative au développement et à la protection de la montagne [159] définit l'aire géographique dans laquelle l'appellation « montagne » peut être demandée dans les DOM.

« Dans les départements d'Outre-mer, les zones de montagne comprennent les communes et parties de communes situées à une altitude supérieure à 500 mètres dans le département de La Réunion et à 350 mètres dans les départements de la Guadeloupe et de la Martinique. Peuvent, en outre, être classées dans les zones de montagne de ces départements, les communes et parties de communes situées à des altitudes inférieures à celles indiquées à l'alinéa précédent mais supérieures à 100 mètres, dont la majeure partie du territoire présente des pentes de 15 pour 100 au moins. Chaque zone est délimitée par arrêté interministériel. »

Objectifs de la démarche

1. Objectifs historiques

Dès le départ, la dénomination « montagne » française a été clairement conçue avec un objectif d'aménagement du territoire. Cette volonté de préserver l'activité économique en montagne a été traduite dans les textes par l'obligation de réaliser toutes les étapes de fabrication du produit en zone de montagne. Ce signe de différenciation vient compléter les outils déjà existants au travers des signes officiels de qualité et d'origine et se positionne ainsi comme un outil de développement des territoires de montagne.

2. Objectifs actuels

En France, certaines associations ont fait suite à ce décret avec la volonté de doter la montagne d'un outil de différenciation efficace, avec pour mission de réunir et promouvoir les produits de montagne sous un identifiant commun. Cet outil est généralement associé à un logo commun « produit de montagne », propriété de l'association. Leur usage est l'assurance d'une identification claire auprès du consommateur.

Cadre de la démarche

Elle est similaire au cadre de la mention valorisante « Produit Pays ».

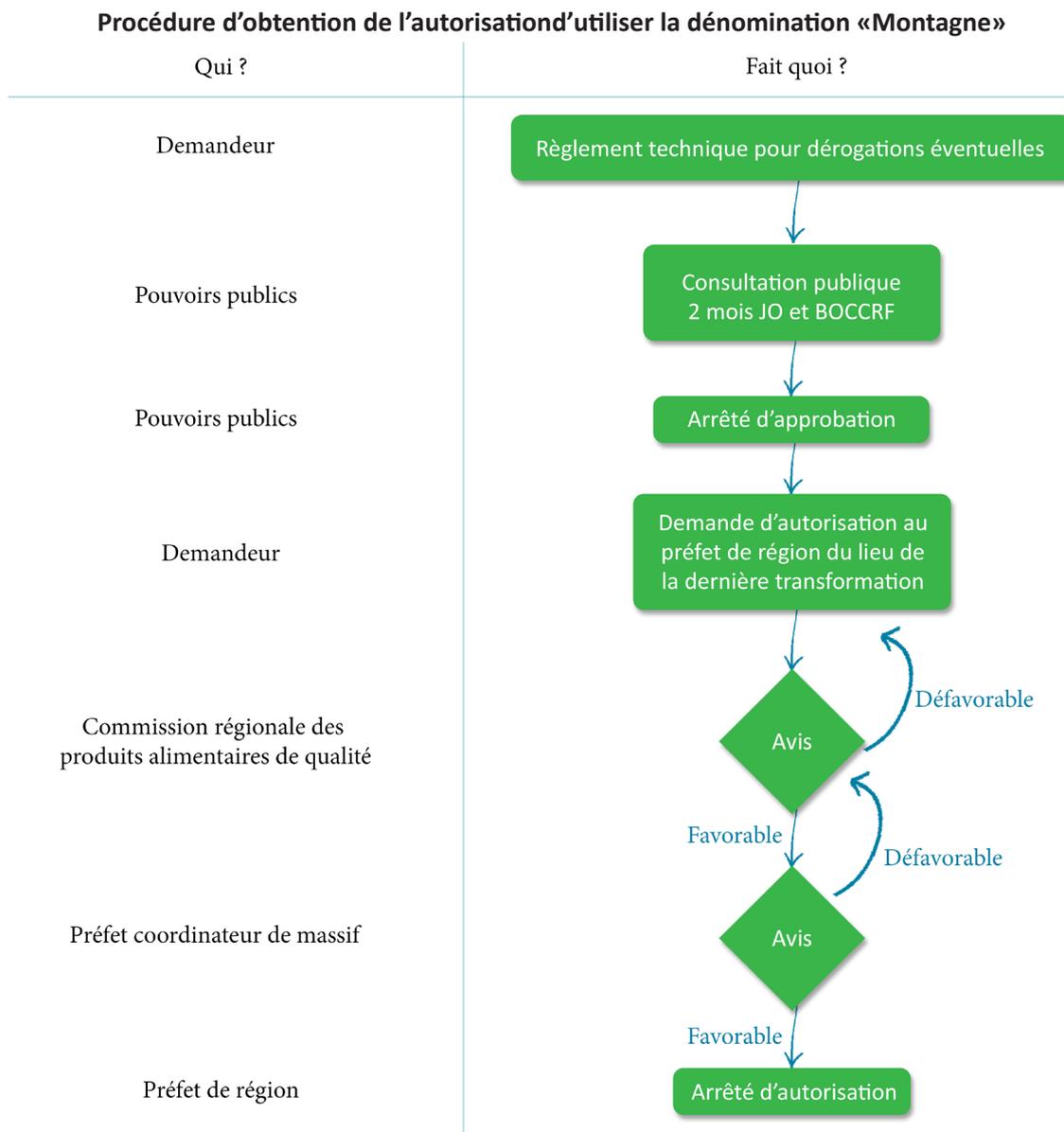


Figure 8 : Procédure d'obtention de l'autorisation d'utiliser la dénomination « Montagne »
[156]

Cahier des charges de la démarche

Le décret du 15 décembre 2000 relatif à l'utilisation du terme « Montagne » [159] prévoit que les étapes de production, d'élaboration et de conditionnement des produits doivent avoir lieu dans la zone de montagne. Des dérogations à cette contrainte forte de localisation sont possibles pour la provenance des matières premières, et notamment celles utilisées pour l'alimentation des animaux, ainsi que pour le lieu d'abattage ou de conditionnement. Elles peuvent être précisées dans le cadre de règlements techniques nationaux, élaborés par les organisations professionnelles et validés par les pouvoirs publics.

Ainsi, en 2004 et 2005 quatre règlements techniques nationaux ont été validés par les pouvoirs publics concernant les produits suivants :

- le lait et les produits laitiers d'origine bovine [160] ;
- la viande porcine et les produits à base de viande porcine [161] ;
- la viande bovine et les produits à base de viande bovine [162] ;
- le miel [163].

Le demandeur doit présenter un cahier des charges et préciser ses méthodes et moyens de contrôle mis en œuvre pour garantir que le produit est bien originaire de la zone montagne et respecte les conditions de production et d'élaboration.

Mention valorisante « Montagne » à La Réunion

Aucune démarche concernant la mention valorisante « Montagne » n'a été observée à La Réunion.



CHAPITRE 9 : MENTION VALORISANTE « FERMIER »

« Produit Fermier » désigne un produit élaboré par l'agriculteur sur son exploitation, transformé sous sa responsabilité, avec des ingrédients issus de l'exploitation. Aujourd'hui, il n'y a pas de définition officielle de cette dénomination, même si elle est prévue par la loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999 [164]. Seuls quelques secteurs de production peuvent utiliser le terme « Fermier » selon des conditions précisées par des lois différentes en fonction des produits.

Ainsi la mention « Fermier » n'est pas définie de manière générale mais par catégorie de produits pour tenir compte de leurs spécificités (volatiles, fromages et œufs).

Dans les textes de référence nous trouvons :

- le décret n°88-1206 du 30 décembre 1988 [165] abrogé par décret n°2007-628 du 27 avril 2007 relatif aux fromages et spécificités fromagères [166];
- le règlement (CE) n°543/2008 du 16 juin 2008 portant sur les modalités d'application du règlement (CE) n° 1234/2007 du Conseil en ce qui concerne les normes de commercialisation pour la viande de volaille [84, 167];
- le code rural avec les articles D.641-57-1 à 641-57-5 concernant les œufs [168].

Dans le secteur des fromages, l'étiquetage peut comporter le terme « Fermier » si le fromage est fabriqué selon des techniques traditionnelles par un agriculteur ne transformant que le lait de sa production (Art. 10 décret 88-1206 du 30.12.1988) [169, 170]. Dans le secteur des volailles, en France, seules celles qui bénéficient d'un label rouge, d'une AOC, d'une certification de conformité ou de la mention « Agriculture Biologique » peuvent être qualifiées de « Fermières » quand leur élevage respecte des conditions techniques contrôlées selon les règlements communautaires concernant les normes de commercialisation pour les volailles [169, 170]. Ces exigences ne s'appliquent pas dans le cadre de la vente directe au consommateur final. Dans le secteur des œufs, le code rural français définit le qualificatif « Fermier », les mentions « Produit de la Ferme » et « Produit à la Ferme ». Elles peuvent être apposées sur l'étiquetage ou la présentation des œufs de poules pondeuses de l'espèce *Gallus gallus* lorsque les conditions d'élevage (AB ou en plein air), de caractéristiques d'exploitation et d'alimentation sont remplies. Hors de ces trois secteurs, l'emploi du terme fermier n'est pas défini.

Le qualificatif fermier n'implique pas obligatoirement une qualité supérieure, même s'il le laisse supposer. Il n'implique pas davantage un mode de commercialisation. Le produit fermier est souvent vendu par l'agriculteur, mais il peut tout aussi bien être vendu dans un restaurant, par correspondance ou en grande surface.

CHAPITRE 10 : AGRICULTURE BIOLOGIQUE



Il n'est pas facile d'entrer dans le domaine de l'agriculture biologique, car elle est le produit d'une lente évolution historique, qui a connu des visages différents d'un pays à l'autre et d'une époque à l'autre. Issue de milieux souvent marginaux, tant sur le plan des techniques agricoles que des philosophies qui les sous-tendent, elle a progressivement conquis sa légitimité dans la plupart des pays, avec l'essoufflement du modèle agricole productiviste. Cette légitimité a permis son essor économique, mais parallèlement se sont posées de nombreuses questions relatives à sa réglementation, à son organisation, à la conversion des agriculteurs, à la recherche et à la vulgarisation des techniques, à la mise en marché des produits, à sa consommation. L'agriculture biologique se présente souvent, non pas comme un mode de production, mais comme un élément d'une alternative sociopolitique à un système social contesté. Enfin, la demande croissante des consommateurs des années 1990 a incité des entreprises « conventionnelles » à s'intéresser à ce marché, en complément de gamme. Ces phénomènes concourent à une certaine complexification de ce secteur agro-alimentaire [171].

Pour comprendre les conditions du développement de l'agriculture biologique il est donc important de clarifier sa définition car un débat existe à ce sujet au niveau mondial et se retrouve dans l'Océan Indien. Cette partie a pour objectifs de (i) donner une définition et une présentation de l'agriculture biologique et des produits biologiques selon le concept largement accepté par les milieux institutionnels et professionnels, (ii) de présenter un des référentiels le plus utilisé dans la zone, le référentiel de l'Union Européenne, et ses impacts sur la zone OI, (iii) de présenter l'agriculture biologique en pratique avec les autres référentiels et les principales caractéristiques du secteur. La situation de l'AB dans l'Océan Indien sera présentée (iv) à La Réunion, et (v) à Madagascar. Très peu de données ont été récoltées sur la situation des autres îles. Enfin (vi) nous regarderons des projets d'échange de produits AB dans la zone et leur potentiel en terme de co-développement. Nous verrons que ces exemples posent les questions suivantes :

- Quel rôle peut jouer la production en agriculture biologique sur le plan du développement de l'Océan Indien, dans le contexte actuel de la mondialisation ?
- Quels sont les impacts qu'engendre cette nouvelle orientation au niveau économique, environnemental et social notamment sur les conditions de vie des producteurs de la zone ?

Définitions et référentiels

Le débat mondial sur la définition de l'agriculture biologique oppose ceux qui se placent dans une perspective de certification de l'agriculture biologique, en tant que « normalisation » destinée à faciliter les échanges commerciaux à courte ou longue distance (en général, acteurs et institutions des pays occidentaux). A ceux qui perçoivent la définition réglementaire du référentiel et la certification officielle obligatoire comme techniquement réductrices et politiquement comme un instrument de pouvoir (en général, acteurs de pays en développement et pionniers de l'agriculture biologique). Les pionniers de l'agriculture biologique et/ou «

puristes » invoquent ce réductionnisme, car ce type d'agriculture est selon eux d'abord un ensemble de pratiques respectueuses des équilibres de la nature et du bien-être animal, et non un « mode de production n'autorisant que des produits de traitement présents sur une liste positive » [172].

Cette controverse n'est pas anodine. A partir de 1993, la certification est devenue obligatoire en Europe. Et même si elle donne lieu à des résistances de la part de professionnels, elle représente la définition officielle de l'agriculture biologique, elle prévoit un étiquetage précis (organisé autour de la notion de pourcentage d'ingrédient bio et de la communication à travers le logo « AB ») et elle structure le marché. Néanmoins, dans beaucoup de pays en développement, cette certification officielle est perçue comme un instrument de pouvoir et un coût supplémentaire, supporté par les producteurs, pour le bénéfice d'entreprises importatrices occidentales [172]. Les inégalités sont d'autant plus grandes que les définitions et réglementations nationales diffèrent d'un pays à un autre, allant d'une absence totale de règlements à l'application d'un cadre complexe et rigide.

Cette controverse concerne les organisations professionnelles (syndicats agricoles par exemple) et aussi la fédération mondiale des mouvements de l'agriculture biologique (IFOAM), qui militent pour promouvoir leurs propres cahiers des charges et accréditations basés sur une approche de proximité de l'agriculture biologique [172]. Cette notion de certification participative et son intérêt pour les petits producteurs font l'objet de plus en plus de travaux et sont donc des réflexions à suivre. Elle sera présentée avec le système de garantie participatif dans la partie sur les autres référentiels.

Cette multiplicité des références et les évolutions en cours s'intègrent au débat de l'agriculture biologique dans l'Océan Indien.

1. Définitions

L'agriculture biologique est un système de production agricole basé sur le respect du vivant et des cycles naturels, qui gère de façon globale la production en favorisant l'agrosystème mais aussi la biodiversité, les activités biologiques des sols et les cycles biologiques. Pour atteindre ces objectifs, les agriculteurs biologiques s'interdisent (et excluent réglementairement) l'usage d'engrais chimiques de synthèse et des pesticides de synthèse, ainsi que d'organismes génétiquement modifiés.

« Agroécologique », « biodynamique », « écologique » et « organique » sont aussi d'autres termes employés pour désigner le « biologique ». Le terme agriculture agroécologique (AE) est souvent utilisé pour qualifier les formes d'agriculture proches de l'AB dans les principes, sans se référer explicitement à la législation en vigueur.

Agroécologie, définitions et interprétations de « protection des cultures, de l'agrochimie à l'agroécologie » [173].

Science encore Jeune, dont la dénomination fut proposée dans les années 1980 par M.A. Altieri [174] elle est encore aujourd'hui l'objet de définitions différentes destinées à préciser ses principes, méthodes et champs d'application.

Selon T. Dalgaard et al. [175], l'agroécologie est définie comme l'étude des interactions entre les plantes, les

animaux, les hommes et leur environnement au sein des systèmes agricoles. En tant que discipline, l'agroécologie recouvre ainsi des études pluridisciplinaires relevant de l'agronomie, l'écologie, la sociologie et l'économie.

Pour S.R. Gliessmann [176], l'agroécologie est l'application des concepts et principes écologiques à l'élaboration et à la gestion d'agroécosystèmes suivant une démarche permettant leur conversion vers des systèmes de production durable.

Pour M.A. Altieri et C.I. Nicholls [177] enfin, l'agroécologie est d'abord la science de la gestion des ressources naturelles pour les paysans pauvres des environnements marginaux.

L'agroécologie est donc encore actuellement l'objet d'une certaine confusion, entretenue sans doute par des rivalités entre écoles de pensée, alors qu'elle a le statut d'une discipline scientifique à part entière.

2. Référentiels publics

Ces fondements ont été traduits en règles rigoureuses regroupées dans des cahiers des charges définis dans de nombreux cas par des lois. Il existe une multitude de référentiels par pays/région. A titre d'exemples, l'Union Européenne, l'IFOAM, la France, l'Allemagne, la Suisse, le Québec, le Japon, l'Australie, le Mexique, la Nouvelle Zélande, la Russie et quelques pays d'Amérique centrale, d'Amérique du Sud, d'Asie, d'Afrique et de l'Europe de l'Est ont mis en place ou sont en train de mettre en place des réglementations nationales qui définissent le terme « agriculture biologique ».

Parmi eux, nous pouvons citer les référentiels suivants :

- au niveau mondial les principes de l'agriculture biologique sont définis dans le Codex alimentarius et l'IFOAM (international federation of organic agriculture movements) : L'IFOAM possède un système de certification volontaire « IFOAM basic standards » [178]. La spécificité de la certification IFOAM est qu'elle peut se doubler d'une méthode de contrôle par groupe sur la base des définitions réglementaires officielles. Le guide du Codex alimentarius pour les produits biologiques [179] a pour but d'aider les pays à construire leur réglementation, mais il ne peut pas être utilisé pour certifier directement les produits
- au niveau de l'**Union Européenne** avec un encadrement réglementaire:
 - Règlement cadre européen (CE) n°834/2007 [180].
 - Règlement d'application : n°889/2008 [181].
 - Règlement CE n°967 logo UE [182].
 - Règlement CE n°1235 régime d'importation [183].
 - Règlement CE n°1254/ 2008 ajout de levures, aquaculture [184].
- en **France** avec un guide de lecture, guide d'étiquetage et cahier des charges concernant le mode de production et de préparation biologique des animaux et des produits animaux (dit « CCF »).
- en **Suisse** avec bio suisse standards.
- au **Japon** avec JAS (japan agricultural standards).
- aux **USA** avec NOP (national organic program rule/CFR 205).
- au **Canada** avec COR (Canada organic) CAN/CBS-32.310.



3. Référentiels privés

Des référentiels privés sont aussi mis en place pour certifier des pratiques biologiques. Ils sont décrits brièvement dans la partie sur les autres référentiels. Parmi eux nous pouvons citer :

- Naturland standards qui est un système de certification volontaire de la marque Naturland ;
- Nature et progrès ;
- Bio cohérence.

Des labels « commerce équitable » ayant leur cahier des charges biologique existent. Ils sont présentés dans la partie sur les démarches de commerce équitable de la partie 6.

Se positionner sur un marché biologique implique donc de se plier aux règles nationales/régionales officielles ou privées pour être reconnu. Il faut identifier le référentiel de garantie agriculture biologique adapté à son marché et choisir un organisme certificateur agréé pour ce type de référentiel avant d'engager le processus de certification AB. L'Union Européenne est un des marchés majoritaires pour le bio de l'Océan Indien. Par conséquent c'est la législation de l'Union Européenne qui doit s'appliquer. La partie suivante porte un focus sur le référentiel de l'Union Européenne et ses implications dans la zone.

Agriculture biologique selon le règlement de l'Union Européenne

1. Type de démarche



L'agriculture biologique définit par la réglementation de l'Union Européenne, certifie un mode de production exempt de produits chimiques de synthèse. C'est une démarche environnementale. Le logo assure au consommateur que le produit respecte le cahier des charges et est certifié par un tiers.

2. Objectifs de la démarche

a. Objectifs historiques

Dans l'Union Européenne, l'AB vient d'un mouvement de contestation contre le modèle agricole productiviste. Ce mouvement va au-delà de l'application d'un cahier des charges pour remettre en cause tous les fondements du modèle agricole et agroalimentaire jusqu'au mode de distribution et de consommation. Les pionniers dans le mouvement bio sont des producteurs, des transformateurs, des distributeurs et des consommateurs. Des acteurs qui ont dans le passé souvent été marginalisés.

Historiquement la démarche intègre des objectifs (i) pour la santé des producteurs en interdisant l'utilisation de produits de chimie de synthèse ; (ii) pour la santé des consommateurs : en produisant des aliments sains (sujet à controverse) ; (iii) des objectifs territoriaux en maintenant une population agricole suffisante (objectif non explicite dans le cahier des charges de l'Union Européenne) et (iv) des objectifs planétaires avec l'ambition de nourrir tous les habitants de la planète (sujet à controverse).

b. Objectifs actuels

Avec le cahier des charges de l'Union Européenne, les objectifs globaux affichés de la démarche AB sont environnementaux pour préserver ou augmenter la fertilité des sols ; protéger l'environnement et préserver la biodiversité.

c. Objectifs observés

Dans ces objectifs environnementaux, l'AB s'intègre aux objectifs politiques. Au niveau territorial par exemple, l'AB est envisagée lors des plans pour la préservation de bassins versants. Dans le but de stimuler et développer les filières AB, le gouvernement français a décidé suite au Grenelle de l'environnement en 2007 de répondre à l'engagement d'un triplement des surfaces consacrées à l'AB et à l'introduction de 20 % de produits issus de l'AB dans la restauration collective publique d'ici 2012 [185].

Le logo AB est le premier moyen de reconnaissance des produits AB lors des courses du consommateur et parmi les labels existants, le consommateur européen a une bonne connaissance de ce logo. Ainsi, lors de l'achat d'un produit portant le label bio de l'Union Européenne, le consommateur peut avoir la certitude que (i) au moins 95% des ingrédients du produit sont issus de la production biologique ; (ii) le produit est conforme aux règles du système officiel d'inspection ; (iii) le produit provient directement du producteur ou du préparateur dans un emballage scellé ; et (iv) le produit porte le nom du producteur, du préparateur ou du distributeur et le nom ou le code de l'organisme d'inspection.

Aujourd'hui le marché de l'AB est en croissance et de nouveaux acteurs se tournent vers le bio plus par opportunité et stratégie commerciale que par militantisme. En termes de stratégie commerciale, la certification AB est devenue un outil qui permet de segmenter le marché pour atteindre des consommateurs sensibles à l'environnement et/ou à leur santé. La reconnaissance et le logo AB permet de se différencier sur le marché et dans certains cas de créer de la valeur ajoutée. L'AB voit donc son offre elle-même segmentée, où sous le logo AB nous pouvons trouver des produits en complément de gamme d'acteurs conventionnels (généralement via les circuits longs) et des produits d'acteurs « engagés » dans la démarche par adhésion aux valeurs véhiculées par l'AB (souvent en circuits courts).

Les objectifs d'engagement dans l'AB se sont donc éloignés de ses objectifs historiques.

3. Cahier des charges de la démarche

a. Principes

Les principes du référentiel AB de l'Union Européenne, s'appliquant aux végétaux et aux animaux, sont respectueux des équilibres écologiques, de la fertilité des sols, de l'environnement et du bien-être des animaux (rotation des cultures, choix des variétés adaptées au terrain et au climat, interdiction de l'élevage en claustration, etc.). Les produits utilisés pour la fertilisation, la lutte contre les insectes et les maladies sont dûment répertoriés. Les engrais chimiques, les herbicides, les fongicides de synthèse sont interdits.

Pour être appelé « biologique », un produit doit avoir, **depuis sa production jusqu'à sa commercialisation**, suivi et respecté les règles spécifiques de l'agriculture biologique. La certification par un organisme certificateur accrédité 45011 et agréé par les pouvoirs publics est obligatoire.

Alimentation animale et autonomie alimentaire en AB : Le cas de La Réunion

Les éleveurs monogastriques AB de l'île de La Réunion rencontrent des difficultés pour respecter la réglementation européenne en vigueur concernant l'alimentation animale et en particulier les exigences en matière d'autonomie alimentaire.

Ce que dit la réglementation : Article 14 du RCE/834/2007 §1.d.i (tous animaux) [180, 183] : « **Se procurer principalement des aliments** pour animaux **provenant de l'exploitation** dans laquelle les animaux sont détenus **ou d'autres exploitations biologiques de la même région** ».

Et l'interprétation du guide de lecture français pour l'application des règlements (INAO) précise les termes :

- « **principalement** » : signifie plus de 50% ;
- et « **de la même région** » : qui doit s'entendre comme « provenant des régions administratives les plus proches, y compris situés dans un autre Etat membre ».

La production de céréales sur l'île ne peut pas répondre à cette demande (contraintes foncières et topologiques) et les éleveurs ne peuvent pas s'approvisionner dans une région proche (insularité). Aujourd'hui les éleveurs se fournissent en métropole. Pour répondre aux contraintes législatives et financières de ce mode d'approvisionnement, des négociations ont eu lieu avec les autorités françaises pour adapter la définition législative au contexte de La Réunion.

Après consultation par l'INAO de la commission réglementation du comité national de l'agriculture biologique, et compte tenu (i) des contraintes pédoclimatiques spécifiques à l'île de La Réunion, rendant difficile la production de céréales, d'oléagineux et de protéagineux d'une part, (ii) de l'isolement géographique de La Réunion d'autre part ; la définition du périmètre de la région peut dans le cas spécifique des DOM TOM être laissée à l'appréciation des organismes certificateurs dès lors que cette appréciation n'est pas de nature à remettre en cause le signe AB.

En d'autres termes, sous réserve d'acceptation par l'organisme certificateur, des produits certifiés AB de la zone Océan Indien et donc de Madagascar, respectant les exigences réglementaires en terme de production et d'importation AB, peuvent participer à l'atteinte des 50% d'alimentation animale exigés pour l'autonomie alimentaire des élevages AB de La Réunion.

b. Formulation et étiquetage

En fonction de la nature AB ou non des matières premières utilisées et des teneurs incorporées, il existe quatre catégories différentes de produits. Chaque catégorie est distinguable au niveau des mentions devant apparaître sur les étiquettes [186].

- Produits agricoles non transformés et denrées alimentaires contenant au moins 95% d'ingrédients agricoles issus de l'AB;

Cette catégorie rassemble la majeure partie des produits certifiés. La denrée contient au minimum 95% d'ingrédients biologiques. Les 5% d'ingrédients agricoles non AB doivent être listés à l'annexe IX du RCE 889/2008 [181] ou avoir reçu une autorisation d'utilisation délivrée par l'autorité compétente de l'Etat membre.

- Produits contenant certains ingrédients agricoles issus de l'AB ;

La denrée contient plus de 5% d'ingrédients agricoles non AB, ou bien les 5% restant non AB ne sont pas listés dans l'annexe IX du RCE 889/2008 [181] ou n'ont pas reçu l'autorisation délivrée par l'autorité compétente de l'Etat membre.

- Produits ayant comme ingrédient principale des produits issus de la chasse ou la pêche ;

Les produits de la chasse et de la pêche d'animaux sauvages ne sont pas considérés comme relevant du mode de production biologique. L'ingrédient principal doit être issu de la chasse ou de la pêche sauvage. Tous les autres ingrédients agricoles présents dans le produit doivent être issus de l'agriculture biologique.

- Produits d'origine végétale issus de la production en conversion vers l'AB ;

Seuls les produits bruts ou transformés composés d'un seul ingrédient végétal d'origine agricole ET au moins en deuxième année de conversion peuvent bénéficier de la référence suivante : « Produit en conversion vers l'agriculture biologique ».

Il existe trois cas particuliers :

- Vins de raisins issus de l'AB (et ses produits dérivés).

- Huile essentielle / élixir floral.

Seuls les produits à usage alimentaire sont certifiables en agriculture biologique. Il convient de préciser « l'usage alimentaire » sur les étiquettes suivantes : huile essentielle, eau florale, distillat de plantes. Cette précision peut être portée sur les documents d'accompagnement présents avec le produit final que le consommateur emporte avec le produit. Le livre bleu du conseil de l'Europe liste les plantes à partir de produits et extraits végétaux utilisables sans inconvénient pour la santé humaine.

- Produits importés de pays tiers.

L'utilisation du logo Communautaire et l'indication « UE » ou « non UE » sont facultatives pour les produits importés de pays tiers. Mais lorsque ce logo est présent sur l'étiquette, l'indication « UE » ou « non UE » doit également y figurer. Il est à noter que toute préparation (ré-étiquetage, reconditionnement, etc...) réalisée sur le territoire européen nécessite impérativement la présence du logo communautaire et l'origine des matières premières agricoles sur l'emballage.

Le logo européen de l'agriculture biologique et ceux des Etats membres complètent l'étiquetage et aident les consommateurs à repérer les aliments et boissons biologiques. L'apposition du logo de l'UE est obligatoire à dater du 1er juillet 2010 pour les aliments préemballés. Celle-ci demeure volontaire pour les produits importés passé cette date. Il devra être accompagné de l'indication du lieu de production des matières premières agricoles : « Union Européenne », « hors Union Européenne » ou le nom du pays. Si un acteur souhaite vendre ses produits dans un autre Etat membre que le sien, il devra sans doute afficher un logo supplémentaire, reconnaissable sur ce marché. L'utilisation du logo biologique communautaire peut éviter ce double étiquetage en offrant une reconnaissance partout en Europe.



c. Règles d'importation d'un pays tiers

Trois cas possibles de pays demandant la certification sont définis dans la réglementation :

- un des 27 pays membres de l'UE + Islande, Norvège et Suisse (cas de La Réunion) ;
- pays hors Union Européenne bénéficiant d'une équivalence reconnue (Argentine, Australie, Costa Rica, Inde, Israël, Nouvelle Zélande, Tunisie) ;
- autre pays : étude de l'équivalence en termes de réglementation et de contrôle au cas par cas par les Etats membres (cas des Seychelles, de Maurice, de Madagascar et des Comores).

Règlements, procédures et documents concernant l'importation de produits AB d'un pays tiers (Madagascar, Seychelles, Comores, Maurice) vers La Réunion et l'Union Européenne, en plus des procédures réglementaires CE d'importation de pays tiers.

Référence : Article 32 et 33 du RCE/834/2007 et article 19 RCE/1235/2008 [180, 183]

Les produits importés de pays tiers peuvent être mis sur le marché de la Communauté en tant que produits biologiques, à condition: a) que le produit respecte les dispositions prises dans les règlements RCE/834/2007 et RCE/1235/2008 concernant la production AB ; b) que tous les opérateurs, y compris les exportateurs [et importateurs], aient été soumis aux contrôles d'un organisme de contrôle reconnu EN 45011; c) que les opérateurs concernés soient en mesure de fournir à tout moment aux importateurs ou aux autorités nationales les documents justificatifs.

4. Cadre de la démarche

a. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

Les opérateurs de la filière AB sont contrôlés par des organismes certificateurs agréés par les pouvoirs publics et répondant à des critères d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence. Les organismes certificateurs qui certifient dans les pays tiers doivent démontrer qu'ils appliquent des mesures de contrôle équivalentes à celles demandées par l'Union Européenne.

b. Procédure de demande

Un opérateur ne peut mettre sur le marché un produit agricole ou une denrée alimentaire faisant référence à l'agriculture biologique que s'il s'est engagé auprès d'un organisme de contrôle agréé par la CEE et s'il est ainsi détenteur d'un certificat délivré par un tel organisme. Le certificat est délivré par l'organisme de certification sur décision d'un conseil qui statue à partir des conclusions issues des contrôles et inspections préalables.

Il doit donc faire une demande de devis auprès de l'organisme certificateur choisi. S'il accepte le devis, un engagement sous forme de contrat de prestation et engagement concernant le mode de production biologique sera signé entre les deux parties.

A la réception du dossier, un auditeur de l'organisme certificateur viendra contrôler l'exploitation et/ou l'entreprise et rédigera un rapport d'évaluation. Si le rapport d'évaluation est validé par l'organisme certificateur, le dossier est validé et les documents suivants seront délivrés au demandeur :

- la licence : elle atteste l'engagement de l'entreprise à respecter les règles de production biologique. Cet engagement est permanent.

- le certificat : il est délivré après le contrôle de certification annuel. Il peut être suspendu en cas de non-conformité bloquante. Il garantit la certification des produits selon différentes catégories : biologique ou en conversion ou contenant des ingrédients biologiques.

c. Dispositif de contrôle et surveillance

Un plan de contrôle sous forme d'audit et de contrôle de surveillance est proposé par l'organisme certificateur.

Cas du processus de certification système de contrôle interne (SCI)

Un SCI est un système d'assurance-qualité documenté qui autorise un organisme certificateur à déléguer le contrôle annuel des membres d'un groupe d'individus à une unité / un organisme identifié(e) au sein de l'opérateur certifié (exemple : une coopérative). L'organisme certificateur évalue principalement si le SCI travaille bien et efficacement, en vérifiant la documentation du SCI et la qualification de l'équipe, ainsi qu'en effectuant une réinspection d'un échantillon de fermes individuelles. **Par cette certification de groupe basée sur les SCI, les producteurs sont certifiés collectivement.** C'est par exemple leur coopérative qui est propriétaire du certificat de production biologique et non le producteur individuellement. A ce jour, les réglementations officielles des trois principaux marchés de produits bio (Etats-Unis, Europe, Japon), reconnaissent les SCI mis en œuvre dans les pays émergents pour l'exportation vers les pays développés [187]. Une très grande partie des importations est issue des certifications de groupe [188]. De nombreux produits sont concernés tels que le café, le thé, la banane, le chocolat, etc.

Les motivations premières sont donc **la réduction du coût de contrôle et de certification** afin de fournir le marché européen en pleine croissance depuis plus de 15 ans [187].

Ainsi, afin de surmonter les difficultés économiques relatives au contrôle des petits opérateurs dans les pays en développement, **un système d'évaluation de l'équivalence des régimes de certification des groupements de producteurs** a été mis en place par l'Union Européenne pour la certification AB. Un guide pour l'évaluation de l'équivalence des régimes de certification des groupements de producteurs appliqués dans les pays en développement, dans le secteur de l'agriculture biologique a été rédigé par la Commission Européenne le 6 novembre 2003 [189]. Les principes sont : (i) une part importante du travail d'inspection est réalisée par des inspecteurs internes dans le cadre du système de contrôle interne mis en place par le groupement et (ii) l'organisme de contrôle externe vérifie et évalue l'efficacité du système de contrôle interne et certifie le groupement dans son ensemble.

Le groupement est défini comme suit.

- En principe, seules les petites exploitations peuvent être membres d'un groupement couvert par une certification. Les exploitations plus importantes (c'est-à-dire les exploitations qui supportent un coût de certification externe représentant moins de 2 % de leur chiffre d'affaires) peuvent également faire partie d'un groupement mais doivent être inspectées chaque année par l'organisme d'inspection externe. Les transformateurs et les exportateurs peuvent appartenir à la structure d'un groupe-

ment mais sont soumis à une inspection annuelle par l'organisme d'inspection externe.

- Les exploitants du groupement doivent appliquer des systèmes de production similaires et les exploitations doivent être géographiquement proches.
- Un groupement peut être organisé de façon autonome, c'est-à-dire en coopérative, ou en tant que groupement structuré de producteurs affiliés à un transformateur ou à un exportateur.
- Le groupement doit être établi formellement, sur la base d'accords écrits passés avec ses membres. Il doit être doté d'une gestion centralisée, de procédures de décision et d'une capacité juridique.
- Lorsqu'ils sont destinés à l'exportation, les produits doivent être commercialisés par le groupement en tant que tel.

Le système de contrôle interne

Le système de contrôle interne du groupement est un système de qualité interne documenté, incluant un accord contractuel avec chaque membre du groupement. Les inspecteurs internes sont désignés par le groupement et se chargent des contrôles internes. Ils doivent recevoir une formation adéquate. Le système de qualité interne établit des règles afin d'éviter ou de limiter d'éventuels conflits d'intérêt entre les inspecteurs internes. Les inspecteurs internes effectuent au moins une inspection annuelle comprenant des visites sur les terres et dans les installations de chaque opérateur.

Le système de contrôle interne est accompagné d'une documentation adéquate comprenant au moins une description des exploitations et des installations, les plans de production, la liste des produits récoltés, l'accord contractuel passé avec chaque membre et les rapports d'inspection interne.

Le système de contrôle interne doit prévoir l'application de sanctions aux membres ne respectant pas les critères de production. Il doit signaler à l'organisme d'inspection externe les irrégularités et les cas de non-conformité détectés ainsi que les mesures correctrices adoptées et les délais fixés pour leur application.

L'organisme de contrôle externe

L'organisme de contrôle externe apprécie l'efficacité du système de contrôle interne dans le but d'évaluer le respect des critères de production par tous les opérateurs. Il a conclu un accord contractuel avec le groupement.

Processus de contrôle

Il inspecte le groupement au moins une fois par an. L'inspection comprend la visite d'un certain nombre d'exploitations en vue de vérifier le respect des critères et d'évaluer l'efficacité du système de contrôle interne.

Chaque année, l'organisme de contrôle externe définit, dans l'optique de l'évaluation des risques, un échantillon d'exploitations qui feront l'objet d'une inspection annuelle; il justifie dûment son choix. Le nombre d'exploitations soumises à l'inspection annuelle externe ne doit en aucun cas être inférieur à dix. Dans une situation de risque normal, ce chiffre ne doit pas être inférieur à la racine carrée du nombre d'exploitations.

du groupement. En cas de risque moyen ou élevé, les organismes d'inspection externes doivent définir un facteur de risque d'au moins 1,2 et 1,4 respectivement. La majeure partie des exploitations visitées par l'organisme d'inspection externe doivent être différentes d'une année à l'autre. Les grandes exploitations, les transformateurs et les exportateurs sont soumis au contrôle annuel de l'organisme de contrôle externe.

L'agriculture biologique en pratique : autres référentiels et caractéristiques du secteur

L'agriculture biologique présente une multitude de référentiels et un débat de vision. Les parties prenantes se situent entre deux extrêmes : d'un côté des opérateurs puristes qui contestent le modèle productiviste et d'un autre des opportunistes qui voient en l'agriculture biologique une simple segmentation de marché. Entre ces deux extrêmes se positionne une myriade d'interprétations du bio avec ses référentiels, ses labels, ses producteurs et ses consommateurs. Derrière le bio se cache un système complexifié de filières différentes les unes des autres. Cette partie propose quelques clés de lecture de cette complexité en apportant des précisions sur (i) quelques exemples de référentiels privés et systèmes de certification, (ii) les tendances de marché et de consommation de l'AB et (iii) la perception des qualités, attentes des consommateurs et positionnement des produits sur les principaux marchés.

1. Autres référentiels et systèmes de certification

A côté des labels et certifications officiels en agriculture biologique il existe des référentiels et marques privées qui ont chacun leurs propres définitions de l'agriculture biologique et leurs propres systèmes de certification. Ils sont pour beaucoup antérieurs à la création des labels officiels et ont porté historiquement le débat du bio jusqu'à l'espace public et politique. Voici la présentation très succincte de quelques-uns de ces nombreux labels.

a. Demeter

La marque Demeter [190] est une marque de certification de produits issus de l'agriculture biodynamique, selon les enseignements de Rudolf Steiner. Les produits Demeter respectent le cahier des charges du règlement européen sur l'agriculture biologique. L'origine de Demeter vient d'une coopérative de transformation pour les produits de l'agriculture biodynamique, fondée en septembre 1927 à Berlin. Jusqu'à récemment, le Demeter-Bund allemand attribuait aux pays qui en faisaient la demande le droit d'utiliser la marque. Le Congrès de Järna (groupe constitué des représentants de toutes les associations de gérance de la marque Demeter au niveau mondial) proposa qu'une association devienne propriétaire et responsable de la marque. Cette association devient l'instance qualifiée pour résoudre tous les litiges. Ainsi fut fondé en 1997, Demeter-International. Cette marque internationale des produits issus de l'agriculture biodynamique est aujourd'hui présente dans plus de 50 pays.

b. Rainforest Alliance

Rainforest Alliance [191] est une organisation non gouvernementale (ONG) américaine fondée en 1987 par Daniel Katz, basée à New York avec des bureaux dans tous les États-Unis et dans le monde entier. Rainforest Alliance a pour but la conservation de la biodiversité et la durabilité des moyens de subsistance en changeant les habitudes dans l'utilisation des terres, le monde entrepreneurial et dans le comportement des consom-

mateurs. Des multinationales aux PME en passant par les coopératives, l'ONG implique des entreprises et des consommateurs du monde entier dans ses efforts d'apporter des biens et services produits de manière responsable envers le marché global où la demande de durabilité est croissante.

c. Nature et progrès

« Nature & progrès » [192] est un label d'agriculture et de cosmétique biologiques. Fondé en 1964, il a la particularité de rassembler des professionnels et des consommateurs. La mention « Nature & progrès » est attribuée à des producteurs qui respectent une charte et des cahiers des charges techniques plus contraignants que ceux des autres labels d'agriculture biologique. Les premiers cahiers des charges « Nature & progrès » ont été créés conjointement par des paysans et des consommateurs. Cette coopération des producteurs et des consommateurs est maintenant présente dans les commissions mixtes d'agrément et de contrôle et dans les comités de certification et d'attribution de la mention. Le contrôle est l'occasion d'échanger des savoir-faire et de permettre au producteur de faire évoluer ses pratiques en toute transparence. « Nature & progrès » a engagé un travail sur la reconnaissance de son **système de garantie participatif** pour un contrôle citoyen de la bio en toute transparence.

d. Naturland standards - système de certification volontaire de la marque Naturland ;

Naturland [193] est une association de défense de l'agriculture biologique active à travers le monde. Créée en 1982 avec un siège en Allemagne, le développement vise à éviter les impacts négatifs de certaines pratiques agricoles conventionnelles.

Près de 50 000 fermiers membres de l'organisation Naturland cultivent aujourd'hui 275 000 hectares de terres dans le monde. Leur nombre s'est accru de manière significative en 2008 [194].

Naturland est un label international qui se caractérise par le respect de standards élevés. Il certifie au consommateur que les produits porteurs de son logo sont issus d'une agriculture biologique, exempts de manipulations génétiques. Naturland est également active dans les domaines de la gestion forestière biologique, textile et cosmétique, ainsi que dans le secteur des pêcheries. Les critères de certification tiennent compte de l'engagement social des entreprises concernées, avec une attention particulière portée sur la sécurité et la santé des travailleurs. L'accent est également mis sur le non travail des enfants et leur scolarisation. Un projet de partenariat équitable permet aux fabricants de recevoir un certificat lorsqu'ils engagent une relation commerciale équitable avec les fermiers. Naturland estime que l'agriculture biologique peut aider à lutter contre la pauvreté, pour autant qu'elle réunisse d'autres conditions telles qu'une répartition juste des terres, un support politique à la recherche agricole, l'implémentation d'infrastructures et de technologies modernes. Plus clairement, l'agriculture biologique contribue à la protection de l'environnement et à la biodiversité [194].

e. Bio cohérence

La certification AB officielle est un pré-requis pour l'obtention de la marque bio cohérence [195], sauf pour la partie vinification. Le cahier des charges bio cohérence ne reprend que les points complémentaires au règlement européen des productions biologiques.

f. Un système alternatif de certification : le système de garantie participatif - SPG

La construction de la confiance du consommateur pour les produits biologiques a été une préoccupation du secteur de l'agriculture biologique depuis les années 1970. Les systèmes participatifs de garantie (SPG) ont joué un rôle majeur même si le modèle imposé depuis 1991 est celui de la certification par tiers. Le travail des organismes certificateurs semble pertinent pour les **filières longues de commercialisation**, où les lieux de production et de commercialisation sont déconnectés. Des outils de collecte et d'analyse des données des opérateurs ont été développés pour appréhender cette complexité (questionnaires et logiciels de contrôle, analyse par points critiques, grille de sanction, formation des salariés, séparation du contrôle et de la certification). En revanche, pour les **circuits courts de commercialisation**, où les producteurs sont généralement diversifiés, l'approche des organismes certificateurs semble rencontrer certaines limites. L'important développement des SPG au niveau mondial depuis les années 2000 est un signe de recherche et de développement d'alternatives [187].

Les SPG sont ancrés dans un territoire et stimulent la proximité entre producteurs et consommateurs, au même titre que les AMAP (aide au maintien de l'agriculture paysanne). Il semble que la certification par tiers défavorise les producteurs diversifiés par un coût de contrôle élevé, un impact négatif sur la biodiversité qu'ils cultivent et une surcharge administrative [187]. Les SPG sont des systèmes d'assurance-qualité ancrés localement pour certifier des producteurs, participant eux-mêmes activement à cette démarche. Les SPG impliquent une construction de confiance, un réseau social et des échanges de connaissances. Concrètement, les SPG sont conçus et mis en œuvre par les citoyens : producteurs, transformateurs et consommateurs. La conception d'un SPG permet de réfléchir à la nature et au contenu des cahiers des charges de référence et de décider collectivement de leur évolution. La transparence, le contrôle et l'évaluation par paire (producteur-consommateur), les formations, les capacités d'organisation et la motivation sont des éléments majeurs pour la mise en œuvre de cette méthode de garantie.

Le projet européen d'analyse des SPG en Europe, initié par IFOAM en 2005 [196] a, entre autres, montré qu'un SPG peut fournir une garantie équivalente à celle de la certification par tiers mais avec des outils différents que sont : la transparence du réseau local, l'amélioration collective des pratiques et l'implication des consommateurs. Par conséquent, une reconnaissance des systèmes participatifs de garantie par les pouvoirs publics renforcerait la confiance des consommateurs tout en relocalisant la production, enjeux largement partagés dans le secteur [187].

Afin de clarifier le concept, sa mise en œuvre, le démarrage de nouveaux groupes et les éléments indispensables pour répondre à la démarche, IFOAM a publié trois documents : les questions fréquemment posées [197], un outil d'auto évaluation [198] et un guide de mise en place des SPG [199].

2. Tendances de consommation et marché

A quelles demandes répondent cette multitude de référentiels ? Comment se manifeste ce débat qui traverse l'agriculture biologique dans le marché et les pratiques d'achat des consommateurs ? Voici quelques éléments de réponse. Notons que l'essentiel des sources provient d'études françaises et européennes avec des références autour des années 2000.

a. Le bio au niveau du marché mondial

Dans les années 80/90', le marché des produits biologiques localisé dans les pays développés était encore si restreint qu'il était considéré comme «une mode» dans les magasins spécialisés. La consommation a très vite évolué et la commercialisation s'est progressivement développée dans les marchés ruraux, les herboristeries, les magasins de produits naturels en phytothérapie, cosmétique et parapharmacie. Deux décennies plus tard, les supermarchés disposent de rayons réservés aux produits biologiques. Les produits biologiques ne semblent plus un phénomène marginal au vu du bruit médiatique qui les entoure. **Mais est ce que ce bruit est le reflet d'une réelle évolution ou est-ce un grand bruit de fond pour un marché de niche ?**

Selon la FAO en 2004, les ventes de produits biologiques représentent entre 1 et 2 % des ventes de produits alimentaires et boissons dans le monde. Sur certains marchés nationaux, certains produits biologiques particuliers atteignent des parts de marché de 10 à 15 % (des exemples à noter comme le lait ou les baby food en Allemagne où la part de marché atteindrait 80 à 90 %) [200]. Le marché des produits biologiques certifiés est petit mais en croissance soutenue depuis les années 90'. Les différents auteurs qui traitent du phénomène s'accordent à considérer le développement comme un **phénomène stable, et dépassant l'effet de mode** (FAO, IFOAM, ITC, et pour la France INRA).

Dans la plupart des pays en développement, la FAO estime qu'il n'y a pas de marché significatif pour les produits biologiques certifiés. Le développement des marchés des pays développés contribue à augmenter la production biologique dans les pays en développement essentiellement dans une perspective d'exportation, avec de nouvelles opportunités de marché et des prix attractifs pour les producteurs, spécialement pour les produits tropicaux et de contre saison. Les exportateurs doivent cependant développer les produits d'agriculture biologique certifiés en cohérence avec les systèmes de certification des pays importateurs, et surmonter la préférence des consommateurs de ces pays pour leurs produits locaux [171].

Dans certains cas, un marché émerge pour les produits biologiques dans les zones urbaines de pays émergents ou en développement, comme en Argentine, au Brésil, en Chine, en Égypte, en Jordanie. En Argentine, pays d'Amérique latine dont le PNB /habitant est le plus élevé, la FAO estime que des opportunités remarquables existent pour un développement futur du marché national, en particulier dans les zones urbaines [200]. Les nombreuses activités promotionnelles dans les supermarchés accroissent la prise de conscience du consommateur, mais la confusion entre les termes de « producto organico », expression officielle désignant le produit bio, et « producto ecologico », expression utilisée par les supermarchés, introduit une confusion. Les auteurs soulignent l'utilité qu'aurait un label national permettant de restaurer une information fiable du consommateur [171].

b. Tendances de consommation du marché : l'exemple des consommateurs français et européens

Typologie des consommateurs AB

La typologie, les attitudes et les comportements des consommateurs ont subi une forte évolution en une courte période. Les acheteurs bio européens étaient à l'origine des consommateurs militants et fidèles, soucieux de l'environnement et trouvant dans les produits biologiques le reflet de leurs propres idées en matière

de développement agricole. Suite aux crises sanitaires des années 90, une augmentation de la demande a vu de « nouveaux consommateurs » aux motivations d'achat différentes. A l'inverse des « anciens », ils ne font pas de l'environnement leur motivation principale en matière d'achat des produits biologiques, ils recherchent plutôt une sécurité alimentaire dans des produits sains pour lesquels ils peuvent avoir confiance pour eux ainsi que pour leur famille [201]. Cette dichotomie entre « anciens » et « nouveaux » consommateurs a été validée par des recherches dans plusieurs pays. Cependant, derrière l'agriculture biologique se cachent des histoires et cultures nationales différentes. Des études sur le marché biologique français illustrent ces tendances et nous donnent à voir un exemple.

Sylvander décrit ce phénomène en 1998 avec une étude sur « le marché des produits biologiques et la demande » en France. Il en ressort une typologie d'acteurs selon leurs motivations d'achat AB, de leurs pratiques et de leurs caractéristiques socio – économiques en trois catégories de consommateurs Bio [202] :

- Les Traditionnels populaires ou nostalgiques Ils représentent 15% des consommateurs AB. Les consommateurs de ce groupe sont souvent pionniers de l'AB (dans les années 1950). Issus généralement de milieux populaires, ils contribuent à maintenir des circuits commerciaux anciens tels que les marchés forains ou les ventes directes. Ils se réfèrent à des valeurs souvent reliées au passé, mais qui reviennent actuellement au goût du jour: mythe de la nature, réticences devant la science...

Ce modèle de consommation se réfère à l'agriculture qui a précédé la fracture des années 60' entre villes et campagnes. On retrouve alors chez ce profil les anciennes valeurs culinaires et gastronomiques: goût, conservation, confiance dans son propre jugement, importance du circuit direct. En 1999, Sylvander observait un déclin de façon lente de cette typologie [203].

- Les Pionniers militants. Ils représentent 20%. Cette catégorie a en majeure partie adhéré au début des années 70'. Leur motivation provenait pour la plupart d'une position politique globale d'opposition au système de production industrielle développé par le capitalisme. Ces militants traduisent leurs motivations en termes de goût et de soucis de l'environnement. Sur le plan socio démographique, ils sont souvent issus de catégories de cadres supérieurs et moyens: des enseignants de tous niveaux, des professions intermédiaires de santé, des artistes. En 1998, ils avaient généralement entre 45 et 55 ans.

En 1999, Sylvander note qu'il ne fallait a priori pas attendre de dynamique de fort développement de marché à partir de ce type de consommateur étant donné la nature de leurs motivations [203]. Une augmentation de la demande peut s'étendre avec par exemple l'ouverture de magasins spécialisés.

- Les Clients récents ou nouveaux. Ils représentent 65%. Ils sont préoccupés par des valeurs de santé et de bien-être. Ils apprécient la **disponibilité** du produit, sont sensibles au **prix**, aux **qualités gustatives**, aux **services** (par exemple: l'information, l'étiquetage, la conservation, la praticité de l'emballage), à l'effet de marques ou de labels qui les sécurise. C'est la raison pour laquelle la crise de l'ESB⁶² a eu un effet stimulant sur le marché bio, qui est apparu comme une valeur refuge chez de nombreux consommateurs prêts à faire le pas pour le bio.

Plus généralement, leur motivation principale est la santé à titre préventif (pour se maintenir en forme) ou curatif (pour des problèmes de santé). Ils définissent en majorité les produits biologiques

62 Encéphalopathie Spongiforme Bovine

comme étant sans résidus de pesticides. Le respect de l'environnement est un critère faible mais en progression chez les jeunes. La présence de retraités, d'employés et de jeunes permet de supposer que les deux motivations sont présentes.

En 2010, le baromètre CSA/agence Bio de consommation et de perception des produits biologiques en France [204] sur un échantillon de 1028 personnes, représentatif de la population française, montre que la consommation de produits biologiques en France est stable malgré la crise. D'après cette étude, les français consommateurs-acheteurs de produits biologiques le sont depuis 8 ans en moyenne (ce qui correspondrait à la catégorie de « Clients récents ou nouveaux » de Sylvander en 1998). On constate parallèlement une **hausse du taux de consommateurs récents** : la proportion de consommateurs de 2 ans ou moins est en 2010 de 25%, alors qu'ils étaient 20% en 2009, et 14% seulement en 2007 [204].

Motivations d'achat

L'étude de Sylvander [202] nous donne quelques explications sur le lien entre les pratiques de consommation et les motivations d'achat du bio ; et nous permet de les mettre en perspective avec les études récentes. Ainsi, pour une étude sur 448 consommateurs bio par CSA/ADOCOM en 2011 [204] qui montre que 37% des enquêtés évoque la santé dans leur motivation d'achat du bio, 33% les qualités du produit et 11% évoquent des dimensions éthiques et environnementales ; Sylvander, lui, identifie deux groupes dans les consommateurs bio avec des pratiques d'achat bien distinctes (les proportions correspondent aux proportions en 1998):

Les Consommateurs conditionnels qui représentent 55%. Les jeunes cadres sont les plus représentés dans cette catégorie. Leur ancienneté de consommation est variable mais les nouveaux consommateurs se retrouvent en majorité dans cette catégorie. Ils effectuent leurs achats plutôt en grande surface, voire sur les marchés et dans les autres magasins spécialisés. Le panier moyen est inférieur à 4 produits. Cette catégorie achète d'abord pour la santé, ensuite parce que les produits sont meilleurs puis certains évoquent des raisons éthiques.

Les Consommateurs inconditionnels qui représentent 45%. La majorité des enquêtés de cette catégorie présente une ancienneté de consommation supérieure à 5 ans. Ils s'approvisionnent généralement en magasins spécialisés (type biocoop) et sur les marchés. Les paniers moyens présentent plus de 5 produits. Les produits achetés par cette catégorie sont plus diversifiés (ceci s'explique par les lieux d'achat comme les magasins spécialisés où les gammes sont plus larges).

Pour l'étude CSA/agence Bio de 2010 [204], les raisons de consommation évoluent dans leur hiérarchie (par rapport à 2009) :

- « Préserver ma santé » reste la première raison parmi celles citées (mais passe de 95% en 2009 à 91% en 2010),
- « La qualité et le goût des produits », ainsi que la « la sécurité » arrivent ensuite, citées par 89% et 87% des consommateurs-acheteurs de produits biologiques.
- Le fait d'acheter bio pour « préserver l'environnement » arrive en 4ème position en 2010, cité par 86% (c'était en 2009 la 2ème raison, à 94%).
- Les raisons éthiques sont elles aussi moins importantes (62% vs. 72% en 2009).

Les deux freins majeurs à l'achat de produits biologiques restent [204] :

- le « prix trop élevé » : comme en 2009, cette raison est citée par 79% des personnes n'ayant pas acheté de produits biologiques au cours des 4 dernières semaines,
- le manque de « réflexe d'acheter bio » : 66% (vs. 64% en 2008).

Le fait de n'avoir « pas assez de promotions / de programmes de fidélité » est une raison de non achat citée par 1 personne sur 3.

Pratiques d'achat

Les études montrent donc de nouveaux consommateurs « bio » qui viennent s'ajouter aux consommateurs « historiques ». Cette catégorie est la plus représentée et en croissance. Leur motivation d'achat principale est la sécurité alimentaire, l'achat de produits sains dans lesquels ils peuvent avoir confiance pour eux et leur famille. Pour la majorité de ces nouveaux acteurs, les études montrent des pratiques d'achat de produit bio en complément de son panier habituel, sans réel investissement dans ce type de produit. Ce sont les grandes et moyennes surfaces qui bénéficient de cette progression des achats bio avec 70% des consommateurs bio qui s'y approvisionnent. Les autres achats se font à 40% sur les marchés, 24% à la ferme et 23% en magasins spécialisés (en baisse par rapport à la fréquentation de 2009 de 31%) [204].

Les fruits et légumes sont en 2010 la catégorie de produits la plus largement consommée en biologique. On retrouve quatre catégories de produits consommés par plus de la moitié des consommateurs-acheteurs de produits biologiques [204] : fruits et légumes (80%), produits laitiers (72 %), œufs (57%) et produits d'épicerie (53%). Les produits biologiques les plus achetés par type de points de vente sont les suivants [204] :

- en grandes et moyennes surfaces : petits pots pour bébé, café / thé / infusion, biscuits / produits pour petit-déjeuner, produits d'épicerie, jus de fruits, produits laitiers,
- au marché : fruits et légumes, fromages ;
- à la ferme : œufs et viandes ;
- en magasin spécialisé : compléments alimentaires, produits à base de soja, produits d'épicerie, boissons ;
- chez les artisans (boucher, boulanger...) : pain et viande.

c. Perception des qualités, attentes des consommateurs et positionnement des produits

La perception des français sur les produits biologiques est très bonne, et encore meilleure chez les consommateurs de produits bio. En 2010, elle reste fortement liée aux notions de naturalité et d'environnement [204] : « les produits biologiques sont plus naturels car cultivés sans produits chimiques » (87% des réponses des personnes sondées) ; « ils contribuent à préserver l'environnement » (86%). Viennent ensuite caractériser les produits biologiques : « leurs bénéfices santé » (78%), « leurs qualités nutritionnelles » (71%) et « la main d'œuvre requise pour leur fabrication » (68%). L'agriculture biologique conserve une définition avec les notions fondamentales bien ancrées dans l'esprit des français [204] :

- interdiction d'utilisation d'OGM (85%) ;
- exigences pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux (81%) ;

- pas de colorants ni d'arômes artificiels de synthèse (78%) ;
- suivi d'un cahier des charges public précis (76%) ;
- contrôles annuels (76%).

Tous les sondages et études réalisés en France depuis quinze ans montrent donc que le facteur « santé » est important pour le consommateur de produits biologiques [202-205].

Conclusion

Cette partie illustre la manière dont se concrétise les nombreux débats qui traversent l'agriculture biologique : une multitude d'acteurs, de référentiels, de pratiques et motivations d'achat. **Il est donc très important de bien comprendre les attentes du marché visé afin de choisir le système répondant au mieux à ses besoins.** Même si les références sur les tendances de consommation présentes dans ce rapport sont exclusivement européennes et françaises, elles ont l'avantage d'illustrer et de décoder la multitude des comportements d'achat qui existent chez les consommateurs bio. Mais les tendances de marché montrent l'émergence d'opportunités partout dans le monde. Et même si l'essentiel du marché des produits AB de l'océan Indien se trouve en Europe, il serait intéressant d'avoir des éléments sur les tendances de consommation sur ces marchés. Notons enfin qu'il y a un décalage assez marqué entre les objectifs environnementaux du bio et les attentes santé d'une majeure partie des consommateurs. Cette situation est source de vulnérabilité pour le secteur.

Agriculture biologique à La Réunion

La filière AB à La Réunion présente une typologie et une structure différentes de celles décrites en Union Européenne et en France métropolitaine. La filière locale est jeune, c'est un secteur d'activité récent qui connaît un développement et une progression constante. La demande est supérieure à l'offre en ce qui concerne les produits frais.

1. Agriculture biologique, référentiels et certification

a. Les types d'agriculture biologique présents

Tableau 9 : les différents types d'agriculture biologique à La Réunion et leurs principales modalités

Type d'agriculture	Mode de contrôle et de certification	Référentiel	Circuit commercialisation possible	Exemples existants de circuits de commercialisation
AB pratiquée hors règlement UE	Pas de certification connue à ce jour mais certification participative possible Circuit basée sur la confiance et la proximité	Mode de production apparemment non formalisé dans un cahier des charges mais fidèle aux principes de l'AB	Circuits courts uniquement	Paniers, vente à la ferme, tables d'hôte

b. Certification

Deux organismes certificateurs interviennent à La Réunion : ECOCERT et OCTROI.

c. Production : l'offre réunionnaise en produit certifié AB en quelques chiffres

Une étude a été menée en 2009-2011 par S. Le Goff de la chambre d'agriculture dans le cadre du CASDAR agriculture biologique [206]. Elle concerne l'offre et la demande en produits AB frais à La Réunion. Dans ce cadre, des enquêtes auprès des systèmes déjà en production permettent d'établir une typologie des exploitations et une estimation des quantités produites sur le territoire (ces systèmes en production concernent 18 exploitations enquêtées sur 51 officiellement engagées au 1er Août 2010).

Sur l'année 2009-2010, l'étude montre donc que l'AB concerne encore peu d'exploitations et en majorité de petite taille pour environ 5 ha en moyenne. Une part importante des 51 exploitations sont officiellement engagées et en cours d'installation/développement. Par extrapolation de la SAU moyenne et du nombre d'exploitations, la SAU en conversion ou certifiée pour l'année 2010 est estimée à 221,4 ha. La filière représente 0,3 % de la SAU totale à La Réunion face à une moyenne française 2,46% [207]. Ce chiffre reste très insuffisant comparé à l'objectif fixé en 2007 par le plan d'action « agriculture biologique: objectif 2012 », prévoyant 6% de la SAU en bio en 2010. Les exploitations biologiques sont de petites tailles (entre 2 et 5 ha) et concernent principalement le maraîchage et l'arboriculture. Des animaux sont également élevés pour assurer une autonomie en fertilisant. En termes de chiffres d'affaires (CA), les 18 exploitations représentent un CA global de 790 923 € pour 2009.

En 2009, les volumes de production végétale répertoriés sont de [206] :

- 58 490 kg Arboriculture, (58T) ;
- 36 112Kg maraîchage (36T) ;
- environ 3 000kg PAPAM (majoritairement vanille et curcuma) (3T).

Tableau 10 : Productions arboricoles enquêtées en 2009 [206]

Production	Kg	Prix moyen au kilo en €
Banane	16237	1,35
Letchi	13762	2
Mangue	10300	3
Ananas	9051	2,35
Avocat	4525	1,5
Palmiste	4500	5,75
Coco	4000	1
Orange	3000	1,75
Mandarine	2500	2
Tangor	2100	2,5

Production	Kg	Prix moyen au kilo en €
Fruit de la passion	460	2,75
Pêche	400	2
Citron	368	2,25
Caf	200	70
Papaye	196	2
Pamplemousse	194	1,5
Fruit à pain	100	2
Longanis	72	3
Sapotille	57	0,5
Goyave	10	2

Clementine	1800	2
------------	------	---

Ti jacques	10	7
------------	----	---

Tableau 11 : Productions maraîchères enquêtées en 2009 [206]

Production	Kg	Prix moyen au kilo en €
Chouchou	6559	1,33
Pomme de terre	3750	1,93
Salade	3476,3	5,53
Courgette	2400	4
Patate douce	1965,3	2
Chou	1776	3,5
Brèdes divers	1762,6	7,65
Betterave	1314	2,68
Carotte	1314	2,5
Poireau	1175,2	3
Fenouil	1130	2,75
Navet	1116	2,33
Haricot	1045	4,25
Tomate	854	4
Radis	848,1	5,3
Songe	805,4	2,5
Oignon	800	2,5
Roquette	519,7	8,5

Production	Kg	Prix moyen au kilo en €
Aubergine	510	3,17
Rhubarbe	470	2,75
Tomate arbuste	400	3,75
Concombre	370	2
Chou fleur	276	4
Epinard	256	11
Fraise	250	10
Radis noir	180	2,5
Brocolis	176	4
Cresson	159	8
Manioc	132	1,75
Poivron	104	4
Divers brèdes	60	5
Piment	59,78	12,5
Maïs	50	8
Thym	25	50
Citrouille	8	2

Légende : Productions les plus demandées mais quantités insuffisantes

Au niveau technique, certains facteurs comme le climat peuvent être une contrainte à la production. En favorisant l'apparition d'oïdium pour les solanacées, la mouche des légumes pour les cucurbitacées, la mouche des fruits pour les mangues ou d'autres problèmes phytosanitaires, les producteurs AB sont confrontés à des

63 Parmi eux, nous pouvons citer le programme d'expérimentation AB à l'ARMEFLOR, le projet GAMOUR (<http://gamour.cirad.fr/site/>) sur la mouche des légumes ou le projet BIOPHYTO sur la production de mangues sans insecticide (www.biophyto.org)

pertes de récolte. Dans l'objectif d'offrir un environnement technique favorable, des programmes sont en place au sein des différents organismes agricoles⁶³.

Tableau 12 : Productions de plantes à parfum aromatiques et médicinales enquêtées en 2009 [206]

Production	Kg	Prix moyen au kilo en €
Curcuma	2005	26,67
Vanille	611	331
Divers en petite quantité : (plantes conditionnées (thé, curcuma, cannelle) principalement à destination tisanderie)	135	59
Citronelle	60	nc

Tableau 13 : Productions animales/ enquêtées en 2009 [206]

Types d'animaux	Produits animaux	Nombre d'animaux
Poule pondeuse	œufs	420
Poulet chair	viande	410
Pintade	viande	180
Canard	viande	30
Chevreau	vente sur pied	5
Chèvre	lait	5
Mouton	viande	4

Types d'animaux	Produits animaux	Nombre d'animaux
Porc	fumier	13
Chèvre	fumier	6
Bœuf	fumier	2
Ruche	miel	222 (ruchers)

Malgré la forte demande en œuf bio, les agriculteurs restent confrontés au prix élevé des aliments importés dont ils sont très dépendants. La principale marge de manœuvre sur cette production est le poste d'alimentation. Dans le cahier des charges AB, l'approvisionnement en régional doit représenter 50% de la ration des monogastriques bio. La Réunion ne produisant pas suffisamment de céréales oléo protéagineux, ce pourcentage devrait être revu à la baisse (entre 10 et 40%) comme cela était le cas avant la nouvelle réglementation (entrée en vigueur le 01/01/2009) [180, 181].

Les productions animales restent difficiles à développer dans la mesure où les agriculteurs ne bénéficient d'aucun soutien technique spécialisé dans ce domaine. Aucun programme d'expérimentation ou de suivi de production n'est engagé à la date de rédaction de ce rapport. Il n'y a pas de technicien en production animale en AB à La Réunion [206].

Tableau 14 : Produits transformés par producteurs /Chiffre d'affaires (CA) global : 60 605 € enquêtées en 2009 [206]

Type de produit	Données	Prix moyen au kilo en €
Confiture	quantité en Kg	1050
	CA en euro	16250
Poudre	quantité en Kg	600
	CA en euro	24000
Pain	quantité en Kg	xxxxx
	CA en euro	15600
Cadeaux de Noël CE ⁶⁴	quantité en Kg	xxxxx
	CA en euro	4000
Sirop	quantité en Kg	50
	CA en euro	325
Repas	quantité en Kg	52
	CA en euro	260
Jus	quantité en Kg	73
	CA en euro	73
Pâte piment	quantité en Kg	6
	CA en euro	27

Le secteur des produits transformés est encore faible. Le secteur de la panification est en croissance avec l'installation de boulangeries AB pour répondre à une demande importante.

2. Filière AB à La Réunion

a. Typologie de la filière AB

64 Comité d'Entreprise

Le secteur de la production AB à La Réunion regroupe des acteurs majoritairement de petite taille organisés en filière courte. La production animale est dans l'ensemble un complément d'activité hors des filières organisées.

Les agriculteurs AB ont longtemps été un public engagé dans l'AB par conviction et militantisme. Avec l'évolution de la filière et de son environnement, ce public tend à évoluer. Beaucoup des agriculteurs à demander la certification AB sont aujourd'hui des agriculteurs conventionnels qui se convertissent.

b. Acteurs de la filière AB à La Réunion

La filière AB à La Réunion est récente. C'est une filière en développement qui tend à se structurer. Des besoins de structuration en coopératives ont été recensés pour faire face aux difficultés d'approvisionnement en intrants.

Les différents acteurs indirects répertoriés dans la filière sont:

- **GAB Réunion** : groupement des agriculteurs biologiques de La Réunion, créé en 2005 ;
- **l'AVAB** : association pour la valorisation de l'agriculture biologique qui a axé son action sur le développement du réseau des fermes pédagogiques en agriculture biologique FERPABIOR destiné au grand public en particulier les enfants ;
- **Nature & progrès Réunion** : Nature et progrès est un courant national de l'agriculture biologique. L'association existe au niveau local, depuis 2007 ;
- **APPROBIO** : qui assurent des commandes groupées d'intrants bio (aliments animale). Cette association a pour but de développer le secteur bio. Son action est principalement orientée sur l'approvisionnement d'aliment bio pour les filières animales. Les commandes groupées d'intrants bio (semences, alimentation, amendement, ...) sont organisées par un prestataire privé depuis 2010 (Talarmor Phyto) ;
- **Chambre d'agriculture de La réunion** : un conseiller AB réalise un appui technique et administratif à la filière.
- **L'Armefflor** : travaille sur un programme d'expérimentation AB depuis 2009 pour la mise en place de référentiels techniques tropicaux AB et sur la recherche de variétés, semences et intrants adaptés localement.
- **Le CIRAD** : travaille sur la thématique du bio au travers de ses projets de recherche :
 - le projet multipartenaire GAMOUR qui consiste à la mise en place de méthodes de lutte alternatives contre la mouche des légumes ;
 - le projet PROCAB dont les principaux objectifs sont l'acquisition des connaissances d'ordre bioécologiques dans les systèmes horticoles en AB (interactions entre peuplements végétaux et animaux) et la mise au point des modalités de gestion des populations de bioagres-

seurs, efficaces, compatibles avec le cahier des charges de l'agriculture biologique ;

- le projet multipartenaire BIOPHYTO dont l'objectif est de produire de la mangue sans insecticide.

- **l'association bio consomm'acteur** qui a vu sa première réunion en avril 2010. L'association travaille sur la communication et la sensibilisation.

- **l'association ArTerre** : créée en 2006, l'association ArTerre vise à promouvoir des modes de vie plus respectueux de l'homme et de la nature.

3. Marchés des produits AB de La Réunion

a. Distribution des produits biologiques (certifiés ou non) et marché local

Il n'existe pas d'étude du marché des produits biologiques à La Réunion. Plusieurs interlocuteurs soulignent l'intérêt qu'il y aurait à mener une telle étude dans la perspective du développement de l'agriculture biologique certifiée. Les indicateurs à disposition pour évaluer le marché des produits biologiques sont donc partiels et reposent d'abord sur les évaluations que les acteurs des filières biologiques à La Réunion peuvent faire de leur activité.

La filière AB réunionnaise s'organise peu à peu. Les filières de commercialisation sont essentiellement en circuits courts. Les principaux canaux de vente demeurent les marchés forains, les paniers, les magasins spécialisés, la vente directe. Mais ils restent peu développés. La vente directe est le circuit de distribution historique et le plus employé pour les produits AB. Les faibles volumes de fruits et légumes AB disponibles incitent les producteurs à écouler leur production à travers des systèmes de vente directe afin de conserver la valeur ajoutée. La vente directe à la ferme, la livraison de paniers sur l'île, se fait en fonction des affinités des producteurs mais il n'existe pas encore de réseaux réellement intégrés. Absent de l'Est de l'île, ce système se développe peu à peu sur la côte Ouest, plus touristique. Des produits bio certifiés et non certifiés sont disponibles sur ces circuits. La relation de proximité, la fidélisation des acheteurs et la confiance instaurée entre consommateur/producteur permettent aux produits non certifiés de trouver leur place. Cette offre souffre d'un manque en quantité et d'une gamme de produits insuffisants.

Concernant les marchés, il existe plusieurs types qui offrent des perspectives stratégiques pour les produits bios différents. Parmi eux nous pouvons citer les marchés forains (Tampon, St Leu, St Paul) où les produits bios se positionnent à côté des produits conventionnels. Le prix plus élevé des produits bio juxtaposant les produits conventionnels est un réel frein à l'achat pour les consommateurs. Les marchés « Bio » où l'offre est exclusivement issue de l'agriculture biologique. Ces marchés très demandés par les consommateurs ont été mis en place lors d'événements comme le « printemps du Bio ». Mais victime de son succès, la production est écoulee en quelques heures. Les producteurs, ne souhaitant pas décevoir les consommateurs et refusent de renouveler ce type d'expérience tant que la quantité de produit ne permettra pas de proposer une offre suffisante sur une demi-journée. Les expériences renouvelées en 2011 et 2012 ont permis d'apporter sur une journée une offre suffisante qui a su rencontrer son public. Sur ce type de circuit, une stratégie notée est l'offre de produits lointan en tant que produit d'appel.

Un phénomène en développement est la vente en magasins spécialisés. (Gem La vie (St leu et St Pierre) :

achat au comptant des produits AB certifiés ou en conversion, uniquement des produits dans une démarche officielle). Les agriculteurs livrent directement au magasin et repartent avec leur règlement, ils n'ont pas à gérer leurs invendus. Pour l'instant, les responsables de magasin n'ont pas fait état de produits invendus. Optimistes quant au développement des ventes, ils recherchent d'autres produits bio pour augmenter leur linéaire. Les fruits et légumes bio représentent des produits d'appel pour les produits bio importés : huile, farine, pâte, lait de soja...

Mais les volumes sont encore insuffisants pour des demandes comme les tomates, les oignons, les carottes et les pommes de terre. De plus la gamme de produits proposée est incomplète. La stratégie de ces magasins est d'utiliser les produits frais et lontan en produits d'appel. Certaines critiques s'élèvent contre les prix élevés pratiqués (à cause de l'importation de petit volume qui empêche les économies d'échelle). Il se peut que les prix élevés des produits biologiques secs contribuent, d'une part, à dissuader des consommateurs et, d'autre part, à répandre l'idée selon laquelle les produits issus de l'agriculture biologique sont chers. Le développement de ces points de vente est important pour la filière car lorsque l'offre est présente, les consommateurs suivent et augmentent leurs achats de produits biologiques [208].

Dans le contexte actuel où **le volume de production de produits biologiques est très limité par rapport à la demande**, la **vente directe** est en effet le mode de commercialisation qui permet de conserver le maximum de valeur ajoutée au niveau du producteur. Tant que leur volume à commercialiser reste limité et qu'ils peuvent assurer en direct la commercialisation, les producteurs ont intérêt à développer les formes de vente les plus directes possible, et à limiter les intermédiaires. Cependant, lorsque le volume à commercialiser augmente, il devient plus intéressant d'écouler une partie de la production par des circuits susceptibles d'absorber de gros volumes pour un temps de travail limité, quitte à conserver une partie de la production écoulée par les circuits de vente directe qui permettent, quant à eux, une meilleure valorisation du produit. Les deux circuits sont complémentaires.

b. La commande publique : une opportunité de développement pour l'agriculture biologique

La restauration scolaire et la restauration collective liée aux entreprises peuvent constituer un marché significatif pour les produits biologiques [209]. Plusieurs villes d'Europe développent des initiatives de « restauration bio » dans les cantines scolaires ou restaurants d'entreprise. La Ville de Vienne en Autriche développe une politique ambitieuse d'achat de produits biologiques pour les cantines. Cette politique s'intègre dans le cadre d'une politique d'achats publics « durables », qui porte par ailleurs sur les économies d'énergie. Plusieurs arrondissements de Paris et de nombreuses communes rurales, surtout dans le Sud de la France, proposent des repas biologiques en cantine scolaire. À Lorient, le restaurant universitaire propose même chaque jour des repas biologiques [210]. Une politique résolue d'achat public a pour effet de stimuler la production biologique [208].

À La Réunion la demande des restaurations collectives, notamment scolaires, se fait sentir au travers des appels d'offre (appel d'offre en AB de la mairie de St Paul en 2010) et des entretiens réalisés avec les acteurs de la filière.

Cette demande est appuyée dans le cadre du Grenelle de l'environnement : le plan « agriculture biologique horizon 2012 » [57]. Parmi les mesures, une consiste à inciter la restauration collective à introduire plus de « bio » dans ses repas. L'introduction progressive de produits biologiques dans la restauration collective

publique permettra une acceptation progressive du produit biologique par le consommateur ainsi qu'une pérennisation des filières d'approvisionnement locales.

Ce plan d'action régionale 2010-2013 doit permettre d'avoir un effet levier pour le développement de l'agriculture biologique de manière durable, par un renforcement de la synergie entre les acteurs et par une mobilisation accrue des moyens publics possibles autour de projets structurants et concertés.

Hors, la filière AB de l'île de La Réunion n'a actuellement pas les capacités pour répondre aux objectifs du Grenelle de l'environnement d'ici 2012. Face à ce constat et pour ne pas importer de produits AB de pays éloignés à la défaveur des filières locales, les états généraux d'outre-mer ont relevé la priorité de s'approvisionner en local [211].

c. Les produits AB de La Réunion à l'export

Pour l'export, un seul exemple a été recensé en 2010 : un agriculteur qui exporte des produits à forte valeur ajoutée comme la vanille dans les salons spécialisés AB en métropole.

4. Perspective de développement

Ce qui n'était qu'un « frémissement » de la dynamique AB avant 2009 avec un taux de conversion modeste, devient un « engouement » à partir de 2011 avec un taux de conversion annuel multiplié par 2. [52].

Au niveau technique, la pression phytosanitaire sur les cultures de l'île liée à un climat tropical est un obstacle difficile à lever. L'AB doit pouvoir s'appuyer sur un bon environnement technique. Les projets des organismes agricoles vont dans ce sens.

Le développement de la filière AB est un équilibre fragile de correspondance entre l'offre et la demande. L'offre doit s'organiser pour satisfaire les circuits courts et développer un modèle de production économiquement rentable. Une fois la filière organisée et les productions suffisantes, la commande publique peut être un moteur important du développement de l'AB à La Réunion.

Pour mieux répondre à la demande en AB, une enquête nous éclairerait sur les attentes et perceptions des consommateurs vis-à-vis de l'AB ainsi que de leurs pratiques. Autour de cette étude de l'existant pourrait s'organiser alors les différents types de circuits de distribution en fonction du type de consommateur et du type de demande.

L'organisation de la commercialisation est un facteur clé. Contrainte souvent par une gamme de produit et des volumes insuffisants, la filière doit rapidement trouver le moyen d'approvisionner ses clients de manière régulière. Les expériences des magasins spécialisés sont à suivre de près car ils pourront proposer aux producteurs un débouché fiable et important. Ce type de débouché peut être une garantie pour développer la production.

Le développement de ces circuits d'approvisionnement (courts et via magasins spécialisés) doit se faire parallèlement aux circuits conventionnels (grande distribution et restauration collective). Si les volumes et la demande sont suffisants, la question se posera alors d'un approvisionnement en GMS⁶⁵. Il faut alors étudier le type de consommateur et ses pratiques d'achat et la faisabilité économique et logistique d'un tel approvisionnement. Concernant l'approvisionnement des restaurations collectives, la priorité est d'abord le

65 Grande et Moyenne Surface

local avant d'envisager l'AB. L'offre alimentaire territoriale doit prendre le temps de se construire autour de cette demande particulière que sont les restaurations collectives (avec les contraintes liées aux appels d'offre publiques, aux volumes, aux délais, à la livraison, aux exigences sanitaires, et aux coûts). L'organisation de ce système alimentaire local doit se faire en parallèle du développement de la filière AB. Une fois ces deux systèmes développés (système d'approvisionnement local pour les restaurations collectives et filière AB), il pourra être envisagé d'approvisionner en AB les restaurations collectives : soit par conversion de conventionnels déjà fournisseurs, soit en intégrant des producteurs AB dans le circuit de distribution des restaurations collectives.

Agriculture biologique à Madagascar

A Madagascar, on a coutume d'entendre « tout est bio » et la réponse est : oui et non. Oui, une partie des produits de Madagascar répond à la définition du bio pour une production sans produits chimiques de synthèse. Beaucoup de producteurs n'ayant pas accès aux intrants et donc aux produits chimiques de synthèse, les conduites culturales et d'élevage répondent en majeure partie aux exigences des référentiels AB. Non, la plupart de ces produits n'est pas certifié AB. Ils ne répondent pas aux définitions des réglementations nationales (Union Européenne, USA, Japon, Suisse) ou à des référentiels privés car ils ne sont pas certifiés ni contrôlés par des organismes certificateurs. L'amalgame est fort puisque « le bio », très présent dans les discours sur l'agriculture malgache, ne correspond souvent pas à la définition des référentiels officiels ou privés.

A titre d'exemple, le label AB défini par la réglementation européenne et certifié par ECOCERT couvre en 2011 90 000 hectares de culture que se partagent 4 300 producteurs [212] pour 2,95 millions d'ha de terres arables (en 2009) et 5,38 millions de main d'œuvre agricole (en 2011) [213].

Le secteur AB (certifié) à Madagascar est jeune et de petite taille. Les filières AB de Madagascar sont des filières d'export vers les marchés de l'Union Européenne, des USA, de la Suisse. Il n'y a pas ou très peu de produits AB sur le marché local. Il existe dans les rayons des supermarchés des produits certifiés bio importés. Certaines étiquettes de produit portent la mention « produit biologique ». En fait, il s'agit de produits transformés à partir d'un produit « issu de la nature » (fruits ou légumes) dont le mode de culture et la nature des ingrédients sont inconnus. Si les règles d'hygiène sont respectées, ces produits restent tout à fait légaux pour la mise à la consommation. Aucun texte à Madagascar ne prévoit le devoir d'informer les consommateurs sur les caractéristiques techniques des produits à mettre sur le marché. En absence de cadre réglementaire sur la production en agriculture biologique au niveau national, l'étiquetage des produits comme étant issus de l'agriculture biologique n'est pas contrôlé. Seules les références à un organisme certificateur permettent de faire la différence.

1. AB, référentiels et certification

a. Les différents types d'agriculture biologique présents

Tableau 15 : Les différents types d'agriculture biologique à Madagascar et leurs principales modalités

Type d'agriculture	Mode de contrôle et de certification	Référentiel	Circuit commercialisation possible	Exemples existants et circuits de commercialisation
AB certifié	Certification officielle et contrôle par EO-CERT, ICEA	Référentiels internationaux de l'AB (RCE 834 de l'UE, NOP des USA, JAS du Japon)	circuit « courts » (peu d'intermédiaires) pour l'export dans la majorité des cas	Epices, Riz, Fruits transformés pour l'export vert USA, UE et Japon
BIOSUISSE	Certification Privée et contrôle par ECOCERT, ICEA + attribution de la reconnaissance par l'association Bio-suisse	Référentiel privé suisse	circuit « courts » (peu d'intermédiaires) pour l'export exclusivement	Vanille, girofle
AB pratiqué hors référentiels	Pas de certification connue à ce jour mais certification participative possible	Mode de production apparemment non formalisé dans un cahier des charges mais fidèle aux principes de l'AB	Mode de production présent et encouragé à Madagascar mais pas de valorisation commerciale hors certification pour le moment	

Une grande partie de la production agricole de Madagascar tend à répondre aux principes de l'AB selon les définitions officielles. Le ministère de l'agriculture de Madagascar qualifie d'agroécologique, toute pratique qui répond aux principes suivants [214]:

- diminution de l'usage de produits chimiques (engrais, pesticides, conservateurs...);
- diminution de l'érosion ;
- gestion rationnelle de l'eau et amélioration de l'infiltration de l'eau ;
- amélioration de la séquestration du carbone ;
- diminution de l'émission de gaz à effet de serre ;
- diminution de l'usage de l'énergie fossile (gasoil, essence...).

Des projets dans Océan Indien sont menés pour favoriser les pratiques agro écologiques. Le projet «initiative régionale pour l'adaptation de la petite agriculture au changement climatique dans les îles de l'Océan Indien par la diffusion de l'agroécologie» Ce projet mis en œuvre par la Commission de l'Océan Indien et financé par le fond international de développement agricole (FIDA) vise à constituer un réseau régional en agroécologie qui favorisera les échanges de bonnes pratiques agricoles, respectueuses de l'environnement dans l'Océan Indien.

Aucune norme nationale concernant l'agriculture biologique n'existe à Madagascar. L'agriculture biologique est principalement pratiquée pour les marchés à l'exportation, pour lesquels les normes de certification des marchés à destination prévalent. Les organismes certificateurs présents à Madagascar sont ECOCERT et ICEA. Le premier détient la majorité des contrats de l'île et délivre une certification en accord avec la réglementation européenne depuis 1991 et américaine depuis 2001. ICEA termine son activité à Madagascar en 2012 et transfère ses activités à ECOCERT. Pour le choix du référentiel, cela dépend des pays importateurs [1, 215] :

- réglementation CEE 834/2007 et 889/2008 pour les produits exportés vers l'Europe ;
- standards NOP (national organic program) pour les produits exportés vers les Etats Unis ;
- standards JAS (japan agriculture standards) pour les produits exportés vers le Japon ;
- BIOSUISSE (privé) pour les produits exportés vers certains distributeurs en Suisse.

Il n'existe pas de certification participative type IFOAM à ce jour mais les certifications de groupements de producteurs ayant mis en place des SCI (systèmes de contrôle interne) sont en place dans les certifications officielles. ECOCERT certifie des groupements de producteurs, avec parfois plus de 1000 producteurs.

b. Historique de la certification à Madagascar

A l'origine, au début des années 90', deux acheteurs européens avaient identifié des opérateurs malgaches et avaient mandaté ECOCERT INTERNATIONAL à leur compte pour effectuer le contrôle sur site et certifier au nom de ces deux entreprises européennes des produits malgaches. En 1993, les opérateurs en agriculture biologique se sont associés dans un groupement professionnel dénommé PROMABIO pour le développement de leur secteur d'activité afin de veiller aux intérêts et de mieux assurer la promotion des produits. PROMABIO comptait en 2000 quatorze membres [216]. Durant les quatre premières années de la production, de 1990 à 1994, un inspecteur d'ECOCERT venait en mission à Madagascar pour procéder aux contrôles. Tous les frais étaient à la charge du demandeur et le montant de la facture était très élevé.

Puis des organismes d'appui (PROTRADE- Coopération Allemande, USAID) ont apporté leur appui en prenant en charge les frais de certification de ces opérateurs malgaches, afin de leur permettre de bénéficier d'un certificat de conformité en leur nom. Cette aide ponctuelle a largement contribué au lancement de l'agriculture biologique à Madagascar mais ne pouvait résoudre le **coût prohibitif de la certification** pour permettre un développement rapide du secteur et qui risquait même d'affecter l'intérêt de cette nouvelle forme de production à Madagascar face à la compétitivité déterminée par la mondialisation. Ainsi, les opérateurs à travers leur groupement, ont demandé à l'organisme certificateur l'installation d'une Antenne à Antananarivo [216].

ECOCERT a mis en place un bureau de représentation locale qui fut agréé par le ministère du Commerce à partir de 1993. Une inspectrice malgache a été recrutée par ECOCERT en 1995 et depuis, toutes les inspections à Madagascar sont réalisées par des agronomes malgaches [217]. Cette antenne locale reçoit toutes les demandes de certification et effectue les inspections et contrôles. La délivrance du certificat demeure une prérogative du siège en Europe. Le nombre d'opérateurs licenciés de Madagascar est passé du nombre de 7 en 1995 à 20 en 1999 33. En 2011, ECOCERT certifie 90 opérateurs (entreprises), 5000 petits producteurs, 90 000 ha de terrain à Madagascar, y compris des surfaces de cueillette de plantes sauvages [1, 217].

Madagascar et les échanges de produits AB vers l'UE : la catégorie « pays Tiers » [216]

A l'initiative du groupement des opérateurs PROMABIO, un projet de réglementation nationale a été élaboré par un comité réunissant les représentants des ministères (commerce et industrie, production animale) et le groupement des opérateurs malgaches en agriculture biologique, avec l'assistance d'ECOCERT. En 1996, le document a été déposé au ministère de l'agriculture pour les procédures administratives légales en vue d'obtenir l'agrément de la CEE. Aucune suite n'a été donnée à ce projet de loi. De ce fait, Madagascar qui aurait pu figurer dans la liste des «pays positifs en agriculture biologique» et bénéficier des avantages réservés à ce statut, reste encore aujourd'hui parmi les «pays tiers».

c. Procédure de certification

Les réglementations appliquées sur les produits bios exportés sont celles en vigueur dans les pays destinataires. Le processus de certification est donc celui appliqué dans les autres pays. A la différence cependant que, selon le règlement européen, les opérateurs établis en Europe doivent notifier leur activité auprès de l'autorité compétente de leur pays. Cette étape de notification n'est pas applicable à Madagascar [1].

En 2012, un seul organisme certificateur est présent à Madagascar : ECOCERT. Il effectue les deux types de certification : (i) certification de type individuel : cas des sociétés ou opérateurs et (ii) certification collective des groupes de producteurs. La certification des groupements de producteurs avec un SCI est pratiquée à Madagascar. Les guides IFOAM disponibles sur internet [178] aident à leur mise en place.

Des guides à la certification à Madagascar ont été rédigés comme le « manuel sur les techniques de base en agriculture biologique » [218], le « manuel du système du contrôle interne » [219] (disponibles sur le site du ministère de l'agriculture de Madagascar [220]) ou comme le « manuel sur les concepts de l'agriculture biologique » rédigé de manière collective par les organismes appuyant l'agriculture biologique à Madagascar [221]. Y sont décrits, entre autres, les conditions minimales pour la certification d'un SCI, les étapes de la certification collective et la documentation minimum à la ferme adaptées au contexte de Madagascar. La certification collective est un système très intéressant pour réduire les coûts de certification. Sa mise en œuvre n'est pas toujours évidente, aussi voici quelques informations sur les procédures de mise en place.

Conditions minimales pour la certification d'un SCI

D'après le « manuel sur les concepts de l'agriculture biologique » [221], les conditions minimales pour la certification d'un SCI sont :

- avoir une procédure écrite et des formulaires;
- connaître les risques et points critiques de contrôle ;
- avoir son règlement intérieur d'agriculture biologique ;
- avoir une procédure efficace et documentée pour l'inspection des fermes, pour l'approbation des producteurs et pour traiter des non conformités ; avoir un personnel qualifié et une structure cohérente ;
- assurer la formation des paysans et du personnel ; savoir gérer et superviser les flux de produits bio.

Etapes de la certification collective

D'après le « manuel sur les concepts de l'agriculture biologique », les étapes de la certification collective sont [221] :

1. Formulation de demande sur la certification collective.
2. Mise en place du système de contrôle interne : constitution du manuel du SCI, élaboration du règlement interne pour l'agriculture biologique et élaboration du contrat.
3. Approbation du SCI par les membres du groupement.
4. Constitution des dossiers individuels avec fiche descriptive de la ferme, contrat d'engagement, carte et plan de la ferme.
5. Elaboration du plan annuel de production du groupe.
6. Evaluation des risques pour les différentes parcelles (par contrôleur interne).
7. Réalisation des activités de production.
8. Réalisation des contrôles suivant chaque étape de production (fiches de visite pour l'évaluation des risques par contrôleur).
9. Analyse des résultats de contrôle par le comité d'approbation interne.
10. Restitution des résultats de contrôle aux membres du groupement par le comité (fiche de visite d'évaluation des risques).

Documentation minimum de la ferme

D'après le « manuel sur les concepts de l'agriculture biologique » [221], chaque paysan a besoin de la documentation suivante. Elle est généralement conservée dans un dossier à la ferme : engagement formel du producteur à se soumettre aux conditions du règlement interne AB (contrat écrit) ; fiche descriptive de la ferme et formulaire d'inscription avec l'historique des terres ; information mise à jour sur la production ; cartes ou plans (si requis pour ferme individuel) ; notes sur la formation suivie ou les conseils reçus du technicien conseil par le paysan; autres notes importantes des techniciens et liste de contrôle de l'inspection annuelle de la ferme.

d. Certification et conversion : contraintes et atouts pour Madagascar

Certification : points positifs et négatifs selon les organismes certificateurs

Selon l'ONG italienne RTM (Reggio Terzo Mondo), qui accompagne des projets de certification en AB jusqu'en 2012, les points positifs de la certification sont qu'elle répond à une exigence du marché et assure une meilleure traçabilité du produit. Les points négatifs sont le coût de certification élevé, le manque de fond d'appui pour la certification et le fait que la certification est conditionnée par l'existence du débouché pour les produits [222].

Selon ECOCERT, les points positifs de la certification sont l'accès aux marchés bio et la présence d'un bureau local d'ECOCERT à Madagascar depuis plusieurs années avec l'application de tarifs plus avantageux pour les opérateurs en comparaison avec les tarifs d'inspecteurs internationaux des premières années à Madagascar. De plus, les interlocuteurs malgaches sont formés régulièrement aux exigences réglementaires et communiquent facilement avec les opérateurs de Madagascar. Les difficultés de la certification sont les coûts rela-

tivement élevés de la certification, l'insuffisance de contrôle interne pour les projets des groupements de producteurs, condition indispensable à ce type de certification [1].

Coût de la certification

Pour ECOCERT, les coûts varient en fonction de la durée nécessaire pour les contrôles, la durée va dépendre de l'envergure de chaque projet : nombre de producteurs, nombre de parcelles, éparpillement des parcelles ou regroupement qui permettrait de gagner du temps, également de la complexité de la structure [1]. Une certification à ECOCERT coûte en moyenne entre 2 millions d'Ariary⁶⁶ et 5 millions d'Ariary. Mais de grands projets peuvent coûter jusqu'à 10 millions d'Ariary annuellement [1].

Période de conversion à Madagascar

La période conversion est obligatoire pour le passage d'une culture conventionnelle ayant utilisé des engrais chimiques vers une culture en agriculture biologique. La durée de cette conversion est fixée à trois ans. Les parcelles identifiées en friche et n'ayant pas encore fait l'objet de culture ne sont pas soumises à cette règle et les produits issus de ces parcelles peuvent être rapidement certifiés selon les procédures. La production agricole malgache peut être facilement et rapidement convertie en biologique notamment la production paysanne qui, pour des raisons économiques, n'ont pas accès aux fertilisants et pesticides d'origine chimique. La décision, laissée à l'appréciation de l'organisme de contrôle, repose sur des critères évaluant le risque de contamination chimique du sol : pratiques paysannes de toute la zone (utilisation ou non d'intrants dans la zone, pas de solvabilité des systèmes de production pour les intrants), connaissance de la zone (zone ou zone voisine déjà certifiée), attestation de non utilisation d'intrants par un notable, antécédents des parcelles (friche, culture). Les produits de cueillette peuvent être immédiatement certifiés après inspection. L'inspection consiste à évaluer le volume de la population végétale pour s'assurer que son exploitation intensive ne risque pas de provoquer à terme la disparition de l'espèce.

C'est donc une étude au cas par cas qui statue sur la durée de conversion des parcelles (de 0 à 3 ans). Il est donc très important de se rapprocher de l'organisme certificateur très en amont d'un projet de production AB. Ainsi, la conversion de pratiques traditionnelles sans recours aux produits pesticides et autres engrais chimiques pour les cas des cultures de vanille, poivre, ylang-ylang, girofle, gingembre par les petits producteurs est immédiate sans période de conversion lorsque toutes les garanties sont apportées. Ainsi, même si la conversion est de 2 à 3 années avant la récolte en bio normalement, il existe à Madagascar plusieurs cas où les produits sont classés bio dès la première année de contrôle. Il s'agit d'une reconnaissance rétroactive par ECOCERT de l'historique des parcelles depuis au moins trois années comme en conformité avec les règles de production bio [1].

2. Production : l'offre en produit certifié AB

La certification agriculture biologique à Madagascar touche en grande majorité la production végétale. Les principaux produits exportés sont : les fruits et légumes frais ou transformés (pommes, letchis,...) ; les épices (vanille, cannelle,...) ; les extraits (vanille, huiles essentielles) ; les huiles végétales (palme, coprah, ...) ; le miel et autres (cacao, sucre de canne, ...) ; les crevettes.

Cette production est en majorité pratiquée par des petits paysans qui contractent avec des sociétés d'ex-

66 1 euro = 2938 AR au 04/12/2012

portation et/ou de transformation. Ces produits sont principalement destinés à la France mais aussi à l'Allemagne, aux Etats-Unis, à la Nouvelle-Zélande, à la Belgique, à la Suisse et au Royaume-Uni.

a. Quelques chiffres de production

Selon les chiffres d'ECOCERT [1] 90 000 ha sont certifiés dont 14 000 ha de culture, le reste représente des zones de cueillette.



EXPORTS BIO 2008 M

Produits	Quantité (kg)
Ananas	342,40
Baie rose	1 082,00
Cacao	395 049,44
Café vert	50,00
Cannelle	95 225,00
Clou de girofle	35 025,00
Curcuma	7 200,00
Gingembre	2 380,00
Haricot vert	3 757,70
HE cannelle	1 320,80
HE de girofle	1 942,00
HE de curcuma	3 010,00
HE de cymopogon gigantes	321,90
HE de géranium	1 180,00
HE de gingembre	160,00
HE de lemongrass	643,80
HE de mandravasarotra	780,30
HE de niaouli	3 888,40
HE de palmarosa	135,27
HE de ravintsara	1 767,65
HE de vétiver	420,50
HE d'ylang Ylang	9 999,12
HE diverses	559,70
Huile végétale de forah	1 560,00
Eaux florales	5 600,00
Jus d'ananas	80 352,00
Litchis	38 736,60
Macis	330,00
Noix de muscade	1 854,00
Oiléorésine de vanille	5 230,00
Piment séché	230,00
Pois gourmand	35,10
Poivre	7 342,00
Poivre vert en saumure	1 007,00
Pulpe de litchis	3 874,00
Pulpe de mangue	7 894,00
Vanille	96 881,24
Zeste de combava	100,00
TOTAL	817 266,92

EXPORTS BIO 2009 MADAGASCAR

PRODUITS	QUANTITE (kg)
Ananas	345,00
Baie rose	2 314,33
Cacao	427 071,00
Café	54 000,00
Cannelle	70 501,00
Girofle	5 875,00
Curcuma séché	11 200,00
Extrait antioxydant romarin	12,00
Feuille séchée de combava	100,00
Feuille séchée de lemon grass	400,00
Haricot vert	9 349,82
HE d'ahibero	456,10
HE de 4 épices	11,00
HE de baie rose	415,00
HE de basilic	173,00
HE de basilic sauvage	5,00
HE de cannelle	370,20
HE de feuille de papaye	70,00
HE de géranium	1 814,50
HE de gingembre	110,00
HE de girofle	750,00
HE de katrafay	159,90
HE de lemon grass	747,00
HE de mandravasarotra	378,00
HE de niaouli	5 863,00
HE de palmarosa	162,85
HE de patchouly	37,00
HE de poivre	185,00
HE de ravensara	240,00
HE de ravintsara	2 357,00
HE de vétiver	388,30
HE d'eucalyptus citriodora	339,00
HE diverses	233,00
HE d'ylang Ylang	10 018,68
Huile de forah	2 740,00
Eau florale de géranium	6 750,00
Litchi	36 265,48
Macis	480,00
Muscade	2 496,00
Piment	349,00
Poivre	8 576,00
Ravensara	40,00
Ravintsara	20,00
Vanille	112 527,63
TOTAL	776 695,79

EXPORTS BIO MADAGASCAR 2010

PRODUITS	QUANTITE (Kg)
Baie rose	762,00
Cacao	186 343,00
Café	69 000,00
Cannelle écorce	99 310,00
Clou de girofle	24 380,00
Centella Asiatica	100,00
Curcuma séché	19 800,00
Combava séché	150,00
Feuille séchée de combava	96,00
Feuille de géranium	240,00
Fleur séchée d'ylang ylang	71,00
Haricot vert	71 551,32
HE de 4 épices	10,00
HE de basilic	310,00
HE de cannelle écorce	3 368,80
HE de cannelle feuille	295,60
HE de clou de girofle	1 072,20
HE de combava	10,00
HE de curcuma	279,00
HE de géranium	1 535,21
HE de gingembre	691,00
HE de girofle	390,00
HE de katrafay	100,00
HE de lemon grass	225,00
HE de macis	2,50
HE de niaouli	8 142,10
HE de nutmeg	1,50
HE de palmarosa	232,60
HE de patchouly	20,25
HE de poivre noir	117,50
HE de poivre vert	62,50
HE de ravensara	181,20
HE de ravintsara	2 868,80
HE de saro	1 202,00
HE de vétiver	516,94
HE d'eucalyptus citriodora	1 199,00
HE d'havozo	200,00
HE d'hélychrisse	30,00
HE d'ylang Ylang	14 111,15
HV de calophyllum	1 925,78
Katrafay	400,00
Litchi	29 696,00
Macis	160,00
Mangue	1 296,00
Noix de Muscade	1 400,30
Noix de Muscade concassé	153,90
Oiléorésine de vanille	20,00
Piment	80,00
Poivre noir	1 000,00
Vanille	102 749,20
TOTAL	647 859,35

Tableau 16 : Quantité de produits (Kg) certifiés AB par ECOCERT à Madagascar exportés en 2008, 2009 et 2010.

[1]

b. La production et l'exportation de fruits et légumes

Au cours des années 1990, un certain nombre de sociétés ont fait plusieurs tentatives pour produire et exporter des fruits et légumes frais biologiques de Madagascar. Cependant, elles ont dû faire face à des échecs sur le frais contrairement au secteur transformé. Cette section décrit des exemples de sociétés qui ont produit et exporté des fruits frais mais ont échoué, et elle tente d'identifier les principales raisons de ces échecs afin d'en tirer des leçons [223].

Exemple 1. Export de letchis frais AB [223].

En 1997, l'Association BIO CÔTE EST a tenté d'exporter des letchis frais biologiques de Madagascar. Avec l'aide de GTZ/Protrade, des contacts avec des importateurs potentiels en Union Européenne ont été établis. Cependant, ce commerce n'a pas eu de succès, et l'association s'est ensuite dissoute. Les raisons de l'échec de la mise en place d'un secteur d'exportation sont entre autres les suivantes:

- les exportateurs malgaches n'étaient pas disposés à commencer à exporter de petites quantités (par exemple 50 boîtes de 2.5 kg) comme premier test d'exportation aux importateurs intéressés, mais ont insisté sur une quantité minimale de 500 kg;
- une mauvaise communication entre les importateurs étrangers et les exportateurs malgaches;
- une concurrence de l'Afrique du Sud, qui proposait des letchis à un meilleur prix;
- une société hollandaise a importé une palette pour un essai. Après cela, le prix a été considérablement augmenté par l'exportateur, et la société hollandaise s'est retournée vers son précédent fournisseur en Afrique du Sud;
- le manque d'information pour les importateurs potentiels, par exemple sur le temps de production (qui est cantonné à la récolte principale), les quantités estimées d'approvisionnement et les prix.

Exemple 2. Export de pommes AB [223].

En 1997 et 1998, une société malgache a exporté des pommes biologiques vers l'Allemagne. Les exportations paraissaient prometteuses. La saison de production inversée (par rapport à l'hémisphère Nord) a permis des approvisionnements de pommes fraîches biologiques lorsque la production locale sur les marchés du Nord était inexistante. La société malgache produisait deux variétés de pommes biologiques (double red et melrose) et les quantités exportées de fin mars à mi-mai étaient estimées respectivement à 100 tonnes et 25 tonnes.

Cependant, des problèmes de qualité du fruit se posaient à l'arrivée sur le marché allemand. Les deux variétés de pommes étaient infectées par le «bitter bit», qui se traduisait par des taches brunes à l'intérieur du fruit. La qualité médiocre des pommes biologiques a gêné la poursuite des exportations, et la société a arrêté son activité exportatrice.

Le manque d'expérience de la filière biologique relativement jeune à Madagascar, l'absence de recherche sur la production biologique dans le contexte local et le manque de services de vulgarisation pour les agriculteurs biologiques ont contribué, entre autres, à l'échec de la mise en place d'un secteur d'exportation pour les pommes biologiques à Madagascar. Cet exemple illustre les difficultés de production et d'exportation de fruits frais biologiques de haute qualité.

Sur l'exportation de fruits et légumes, nous pouvons noter quatre produits en 2011 [1] : une entreprise qui exporte 71.5T d'haricot vert AB vers l'Union Européenne ; l'export d'environ 30T de letchi ; l'export de 1,3T de mangue et l'export de 80kg de piment.

c. Epices

Les épices classiques en AB connaissent une demande croissante dans le secteur alimentaire. Voici l'illustration d'un exemple avec le curcuma.

Dans le cadre du programme de promotion des revenus ruraux (PPRR) du FIDA, une des voies identifiées pour la valorisation du curcuma est la certification en AB [106]. Ces dernières années, la production de curcuma au sein de la commune d'Anivorano est en constante augmentation. Le PPRR étant actif dans la commune depuis 2009, le programme s'est donc attaché à appuyer cette filière au niveau de sa production et de sa commercialisation. Cette filière représente une culture majoritaire pour les agriculteurs de la commune d'Anivorano-Est.

C'est dans le cadre de son intervention dans la commune d'Anivorano-Est et son appui à la coopérative Mitsinjo que le PPRR participe au développement de cette filière. La coopérative Mitsinjo a effectué sa première récolte de curcuma sec pendant la campagne de 2010. Aujourd'hui, le curcuma correspond à la filière principale de 16 sur 27 organisations paysannes, et représente donc la filière principale de 60% des producteurs bénéficiaires de la coopérative Mitsinjo. La structuration des producteurs en organisation paysannes et leur regroupement en coopérative leur permet d'avoir des capacités de traiter directement avec les acheteurs de curcuma sec.

Ainsi, en 2010, la coopérative a fourni en totalité 30 tonnes de curcuma en lamelle séchée à TAF, industrie agro-alimentaire pour le marché national. Cette année-là, la production ayant été estimée à 600 tonnes de curcuma frais dans la commune d'Anivorano-Est, la quantité de produit sec collectée par la coopérative représente donc 25%. Pour la campagne 2011, la coopérative prévoit de collecter 80 tonnes dont 20 tonnes certifiées agriculture biologique (AB). En effet, 50 hectares de terre ont été certifiés AB au mois de juillet 2011. L'acheteur de cette production est un exportateur d'épices biologiques, Premium Spices. En mettant directement en relation les producteurs avec les acheteurs, le PPRR permet d'appuyer des circuits courts de commercialisation.

d. Extraits et huiles essentielles

Les huiles essentielles produites en AB répondent à une **forte demande** [1].

e. Café et cacao

Les filières cacao et café représentent une partie importante de la filière AB (presque 40% les deux filières cumulées) avec 28% des volumes exportés d'AB en 2011 pour le cacao (186T) et 11% pour le café (69T) [1].

f. Céréales

Dans l'île, le seul riz certifié AB par ECOCERT en 2011 est le riz rose produit au lac Alaotra. Il est commercialisé

sur les Etats-Unis. Une autre expérimentation par la société SDMad est en cours de certification sur du riz noir et du riz espadon [185]. Pour en savoir plus, cf. la partie sur les échanges de produits issus de l’agriculture biologique dans l’Océan Indien de ce chapitre.

Un projet de production de maïs AB dans l’est de Madagascar est en cours en 2011. Ce projet de coopération entre organisations de producteurs de Madagascar et de La Réunion a pour objectif de mettre en place une filière de maïs AB pour l’alimentation animale AB de La Réunion. Pour en savoir plus, cf. la partie sur les échanges de produits issus de l’agriculture biologique dans l’Océan Indien de ce chapitre.

3. Filière AB : filière courte orientée vers l’export

Les filières AB certifiées à Madagascar sont différentes des filières du circuit conventionnelle. Comme le montre le schéma suivant, les intermédiaires sont quasi inexistant dans les filières AB contrairement aux filières conventionnelles.

En Agriculture conventionnelle, une grande majorité des acteurs de la filière, allant du producteur à l’ex-

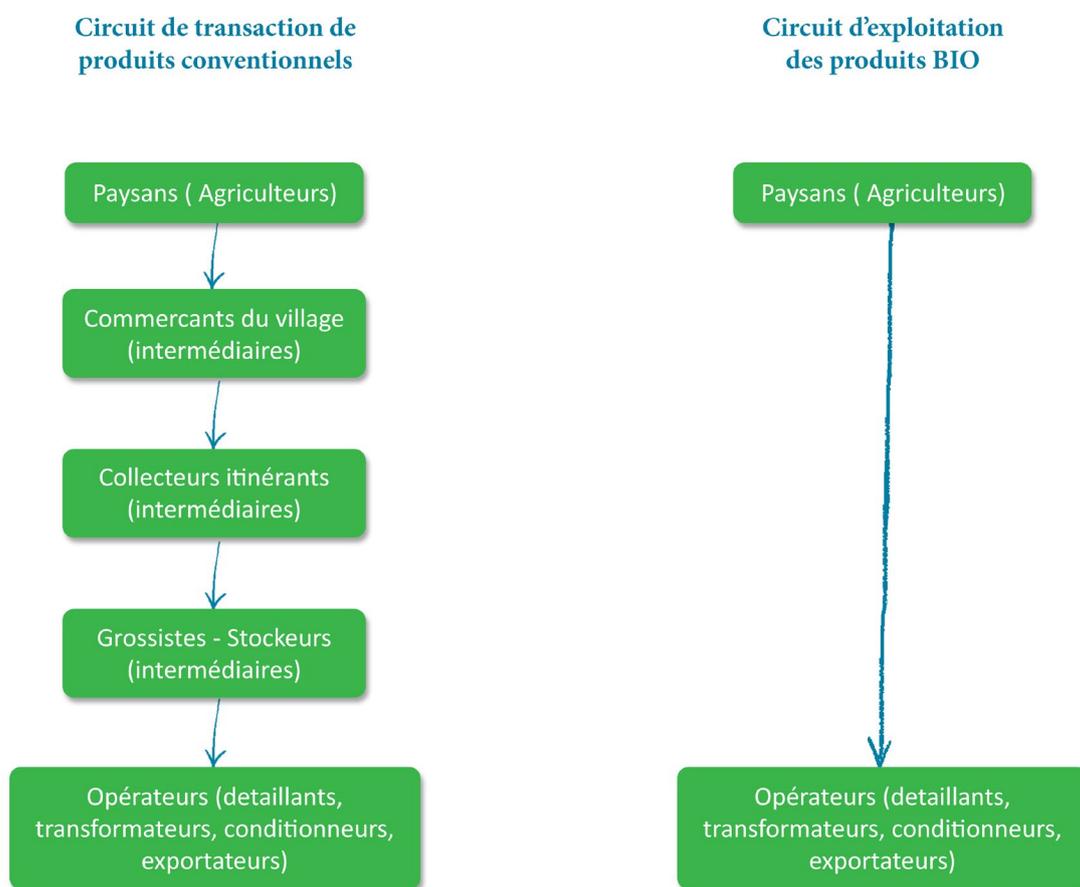


Figure 9 : Représentation des acteurs dans les filières conventionnelles et AB [216]

porteur/transformateur, sont **multi produits**. La situation financière très précaire des paysans les oblige à vendre leurs produits au fur et à mesure de leur récolte pour assurer leur survie quotidienne, les acquéreurs sont les petits commerçants du village à qu'ils vont dans l'instant même restituer l'argent perçu pour obtenir des produits de première nécessité. Parfois, et notamment pendant les périodes de soudure, les commerçants acceptent de consentir aux paysans de leur village, des avances en nature, remboursables en produits agricoles pendant les périodes de récolte moyennant un prix entendu au rabais.

Des collecteurs itinérants font leur affaire en ramassant les produits emmagasinés par les épiciers des villages ou par les gros commerçants des villes de préfecture pour les livrer chez les grandes compagnies ou bien chez les grossistes qui ont leur siège dans les grandes villes de province. Dans la plupart des cas, les collecteurs itinérants sont préfinancés par les grandes compagnies exportatrices ou les grossistes en produits locaux. Les opérateurs qui effectuent les transformations ou les exportations viennent s'approvisionner chez les grossistes.

Les produits agricoles locaux transitent ainsi par de nombreux intermédiaires avant de parvenir aux opérateurs finaux. Dans ce long schéma, les rapports de force entre ces acteurs sont très déséquilibrés en la défaveur des paysans qui sont le plus souvent analphabètes, non informés sur les cours des produits et pressés par des impératifs de finance quotidienne pour se nourrir. De ce fait, la production est freinée par le manque de motivation des producteurs qui se sentent exploités par les intermédiaires, et les exportateurs sont pénalisés parce que les produits reviennent trop chers pour affronter la concurrence sur le marché mondial.

En agriculture biologique, les types d'opérateurs responsables dans le secteur des produits biologiques sont:

- Les producteurs : qui obtiennent des produits agricoles dans leur exploitation ;
- les préparateurs : qui conservent, transforment et/ou conditionnent des produits issus de l'agriculture biologique ;
- les importateurs : qui achètent des produits agricoles des pays situés en dehors du territoire où s'applique la réglementation.

A l'exportation, pour des raisons d'intérêt commun et de réglementation qui oblige à la traçabilité des produits où tous les acteurs doivent être identifiés, les rapports entre importateur et exportateur prennent la forme d'un partenariat de fait. Il y a de plus en plus intégration de la production et commercialisation en agriculture biologique. Ce type de partenariat repose sur les aspects technique et financier pour assurer aussi une meilleure productivité [216].

En conclusion, dans la production agricole conventionnelle, la présence de nombreux intermédiaires parasites pénalise financièrement les agriculteurs. Dans le système de production en agriculture biologique, tous les acteurs de production et de commercialisation impliqués dans ces produits doivent adhérer au processus de contrôle. Ces contrôles s'appliquent sur les parcelles qui doivent être strictement identifiées. L'opération d'achat de produits biologiques est liée étroitement aux conditions du paysan fournisseur qui pratique la culture et propriétaire des parcelles à contrôler. Il s'établit alors un partenariat de fait et tout acheteur a intérêt à veiller constamment aux intérêts de son fournisseur (appui financier et technologique, prix motivant). Cette gestion concertée engendre ainsi une meilleure productivité [216].

Il est d'ailleurs à noter que l'organisme de certification fait signer aux acteurs aux différents stades de certifi-

cation d'un produit biologique, un contrat d'engagement pour la conduite du produit selon les textes prévus par la réglementation. Cette obligation vient une fois de plus, consolider les rapports obligés de la production, transformation et exportation.

4. Appuis à la production AB

Différents acteurs interviennent pour l'appui à des projets de production AB. Parmi eux nous pouvons citer :

- L'ONG RTM : Reggio Terzo Mondo.

Formation sur les techniques de base en agriculture biologique sur les thèmes suivants : généralités sur l'agriculture biologique, gestion de fertilité du sol, compostage, lombricompostage, protection phytosanitaire biologique, octroi des manuels et kits de formation (semences et fertilisants), dotation de matériels, diffusion large des techniques de base en agriculture biologique.

- PPRR : programme de promotion des revenus ruraux du FIDA.

Mise en œuvre du programme dans les régions Analanjirofo et Atsinanana dans l'objectif de réduire la pauvreté rurale par l'accroissement des revenus des producteurs et le renforcement des communautés de base à prendre en charge leur développement.

- AVSF : agronomes et vétérinaires sans frontières.

Appui technique à la production agricole dans divers projets tels que le «projet de protection et de mise en valeur des bassins versant de Lac Alaotra»

- CIRAD : centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement. Recherche et appuis dans divers projets tels que le «projet de protection et de mise en valeur des bassins versant de Lac Alaotra».

- GSDM : groupement semis direct de Madagascar.

- Agriculture de conservation.

5. Impacts et perspectives de développement de l'AB à Madagascar

a. Rémunération de la production AB

Des transformateurs et exportateurs concluent des contrats avec les producteurs. En général, les producteurs gagnent 15 à 100% en plus des prix traditionnels, selon les produits [216]. Un opérateur par exemple achète chez un paysan des écorces de cannelle bio à 35% de plus que le prix traditionnel. Un paysan propriétaire d'un champ de canne à sucre reçoit une prime d'au moins 15% pour son produit certifié de la part de l'exportateur [216].

Sur le prix de vente, on parle d'un différentiel de prix de **10 à 30% supérieur** aux prix des produits conven-

tionnels [1].

b. Marché des produits AB de Madagascar

Il n'y a pas de marché en local sauf de petites quantités pour des marchés de niche en ville pour les expatriés sensibilisés au bio par exemple. Le marché est essentiellement à l'export. Les principaux acheteurs sont en : France, Belgique, Allemagne, Pays bas, Suisse, Etats-Unis [1].

c. Les impacts de l'AB à Madagascar

Parmi les impacts observés dans les différents projets de production AB à Madagascar, l'AB permet aux producteurs d'exporter des produits à haute valeur ajoutée vers de nouveaux marchés et améliore la production par l'application des techniques reçues lors des formations. **L'agriculture biologique est beaucoup plus rémunératrice pour le milieu rural** et contribue ainsi à la lutte contre la pauvreté. Cette augmentation de revenu est la conséquence de deux faits principaux. Le premier est que les règles en agriculture biologique obligent d'une manière indirecte **le rapprochement entre les opérations de production et les opérations de commercialisation et éliminent de ce fait les intermédiaires parasites**. Les opérateurs sont dans l'obligation d'acheter exclusivement chez les paysans qui disposent de produits certifiés. **Pour assurer leur approvisionnement, ils doivent motiver les paysans et payer les produits à leur juste valeur**, il s'établit naturellement une relation équitable et pérenne au profit des deux partis. Le deuxième fait est que la valeur est plus importante pour des produits cultivés selon les règles de l'agriculture biologique [216].

Trouvant plus de profit de la terre et de la biodiversité qui l'entoure, le milieu rural veille à ses ressources et protège l'environnement. En effet, l'agriculture biologique, dans ses règles, interdit formellement la pratique de la culture sur brûlis ou «Tavy» et incite à la conservation du sol. L'application des règles favorise l'identification de nouvelles opportunités pour le paysannat par la forme d'une gestion concertée de la biodiversité en partenariat avec les opérateurs aussi bien locaux qu'extérieurs qui recherchent constamment des nouveaux produits biologique.

d. Perspectives de développement

Le développement de l'AB est surtout influencé par :

- la demande des produits à l'export et aussi au niveau du marché local ;
- la diffusion large des techniques d'agriculture biologique ;
- la création des normes et réglementations propres pour Madagascar.

e. Les obstacles à surmonter

Des facteurs sont limitant pour le développement de l'agriculture biologique à Madagascar :

- le coût prohibitif de la certification ;
- la mise en place d'un appui à la certification ;
- le développement du marché local et international et la recherche de débouchés ;
- l'inexistence de réglementation nationale occasionnant la lenteur des échanges ;

- l'importation intensive d'engrais et de pesticides chimiques ;
- l'information très insuffisante sur les principes et les procédures réglementaires ;
- le manque d'encadrement dans le milieu rural ;
- la pratique traditionnelle du tavy ;
- le manque de structure socio-organisationnelle.

Coordonnée de l'organisme certificateur intervenant à Madagascar :



ECOCERT SA
Villa Arimanantsoa
Lot V A 4 J Ampasanimalo
101 Antananarivo
www.ecocert.com

Echange de produits issus de l'agriculture biologique dans l'Océan Indien

1. Retour d'expérience et perspectives sur l'export de riz AB de Madagascar vers La Réunion [185]

Le riz est à la base de l'alimentation dans l'Océan Indien. A La Réunion, l'alimentation créole compte 170 g de riz blanc par jour (93 % de l'échantillon de l'étude de RE CONSAL déclarent manger du riz tous les jours) [224]. Actuellement, le consommateur réunionnais mange principalement du riz blanchi (riz de luxe) à hauteur de 62 kg de riz blanc par an et par habitant [225] contre 4 kg/an/hab. en France métropolitaine [226]. La consommation de riz à La Réunion est relativement stable depuis 10 ans (aux alentours de 50 000 tonnes de riz par an).

Malgré quelques tentatives, comme en 2008 avec l'expérimentation en riz pluviale au Chaudron à Saint Denis [227], la production de riz est pour ainsi dire inexistante sur l'île. La Réunion doit importer cette denrée pour faire face à sa forte consommation. En 2010, 48 500 tonnes de riz ont été importées sur le marché réunionnais (27 000 tonnes de riz blanchi et 21 100 tonnes de riz décortiqué) [228].

Les pays fournisseurs en riz de La Réunion étaient traditionnellement la Thaïlande, l'Inde, le Pakistan et le Vietnam. Mais depuis septembre 2009, suite à la mise en place du programme « tout sauf les armes » (exonération des droits de douane et contingent pour certains PMA), le Cambodge a fait son entrée sur l'île et représente, avec une importation de plus de 19 000 tonnes, le principal fournisseur de riz vers La Réunion [229].

Dans la zone Océan Indien, le seul producteur de riz est Madagascar. Le riz est la principale culture vivrière de l'île rouge. En 2009, le pays a produit environ 2,5 millions de tonnes de riz paddy. Madagascar est aussi l'un des pays ayant la plus forte consommation de riz par habitant au monde (100-120 kg/pers./an) [230]. Cette denrée consommée tous les jours, souvent plusieurs fois par jour, est la base de l'alimentation malgache.

Dans une double problématique de renforcer les échanges locaux-régionaux et de répondre aux enjeux santé et environnement, les restaurations collectives de La Réunion se tournent vers des produits issus de l'agriculture biologique et locaux. Cette demande a été stimulée par le ministère de l'agriculture suite au grenelle

de l'environnement [57] en fixant l'objectif d'approvisionner 20% en produits AB les restaurations collectives d'ici 2012. L'objectif est de structurer des filières locales AB. Les filières AB de La Réunion, bien qu'en développement, ne sont pas en mesure d'atteindre les objectifs du Grenelle. Pour ne pas voir des importations de produits AB au détriment de produits locaux non AB, la priorité est donnée aux produits locaux. Mais pour certains produits comme le riz qui est consommé tous les jours, l'importation est obligatoire.

La question a donc été posée de savoir s'il était possible d'approvisionner les restaurations collectives de La Réunion en riz AB au niveau local-régional. Seule Madagascar serait susceptible de répondre à cette demande.

Les intérêts des parties prenantes semblent converger : (i) structuration d'une filière locale-régionale sur une denrée stratégique ; (ii) renforcement des échanges économiques entre les deux îles ; (iii) mise en place d'une filière export à haute valeur ajoutée et respectueuse de l'environnement à Madagascar et (iv) approvisionnement d'un riz AB local-régional dans les restaurations collectives.

Dans le cadre du réseau QualiREG, pour des filières de qualité dans l'Océan Indien, une étude a été menée en partenariat avec le FIDA, Fond International de Développement Agricole, pour apporter des éléments sur la faisabilité d'un tel approvisionnement. Les questions centrales ont été :

- quelles sont les caractéristiques de la demande des restaurations collectives réunionnaises ;
- est-ce qu'une telle filière aurait un impact sur la sécurité alimentaire nationale et locale de Madagascar ;
- quelle est la capacité de Madagascar pour la production et l'export de riz AB répondant à la demande réunionnaise ;
- quelles seraient les modalités d'un projet permettant l'émergence d'une filière d'approvisionnement de riz AB de Madagascar pour les restaurations collectives de La Réunion.

Parti du souci de mettre en œuvre à La Réunion une recommandation du Grenelle de l'environnement, à savoir « inciter la restauration collective à introduire plus de « bio » dans ses repas », l'étude a montré que le potentiel existait sur Madagascar en répondant aux questions posées ci-dessus.

Premièrement, les nombreuses variétés de riz cultivées à Madagascar offrent un choix de produits correspondants aux caractéristiques de la demande du marché réunionnais. Notamment les trois variétés de riz sélectionnées : Makalioka 34, riz rose et X 265 qui sont connues des producteurs. Mais seul le riz rose est certifié AB actuellement et exporté. Un riz malgache peut correspondre au marché réunionnais mais la certification serait à mettre en place sur les variétés Makalioka 34, X 265 ou d'autres.

Deuxièmement, la filière riz AB existe au lac Alaotra Mangoro par le projet riz rose et a permis l'exportation de 42 tonnes de riz rose certifié AB en trois fois en direction des Etats-Unis. Une autre production de riz AB est en cours de concrétisation, c'est le projet de la société SDMad avec du riz rose et du riz espadon, mais la récolte n'était pas effectuée et les bénéficiaires non déterminés au moment de l'étude. Il serait intéressant de voir si ces productions pourraient correspondre à la demande réunionnaise. La filière riz AB de

Madagascar reste embryonnaire avec un projet réalisé et un autre en cours, mais le projet existant pourrait être utilisé comme référentiel sur d'autres zones telles Itasy, Izafo sud, ...

L'analyse filière effectuée montre de nombreux atouts, les faiblesses résidant surtout dans un manque de techniques, d'appui organisationnel et financier et d'infrastructures routières performantes. La démarche participative des producteurs groupés en association se concentre actuellement sur la gestion de l'eau, mais pourrait s'étendre à toute la production. Les riziculteurs manifestent de l'intérêt pour la conversion, mais souhaiteraient être accompagnés. La mise en place d'appuis pourrait faire l'objet d'un projet de développement entre une ou plusieurs région(s) de Madagascar et les collectivités locales de La Réunion. Le FIDA avec les projets PARECAM et PROSPERER, pourrait être un acteur indirect en assurant l'appui nécessaire.

Par un manque de conversion, de certification et un volume produit en riz AB faible, Madagascar n'est pas en mesure actuellement de répondre à la demande réunionnaise de 674, 8 tonnes de riz AB pour approvisionner les restaurations collectives scolaires des lycées et collèges pendant toute l'année scolaire. En sachant que la demande totale des restaurations collectives de l'île est bien plus élevée. Il faut donc partir sur un système de repas périodiques avec du riz AB.

Cependant, les divers scénarios d'approvisionnements présentés dans l'étude permettent d'envisager après une phase test, l'importation de un, deux ou trois container(s) de 22 tonnes en direction de cuisines centrale ou autonomes de La Réunion.

2. Retour d'expérience sur l'export de maïs AB de Madagascar vers La Réunion : illustration d'un projet de coopération entre groupements de producteurs malgaches et Réunionnais

Depuis quelques années, les agriculteurs AB de La Réunion tentent de mettre en place une production animale AB. Pour ce faire, ils sont obligés de respecter un cahier des charges strict pour l'alimentation bio. La filière d'importation d'alimentation animale AB actuelle n'assure pas un approvisionnement satisfaisant (irrégularité, coût élevé). Le foncier de La Réunion ne permet pas une production locale.

La nouvelle réglementation AB semble contraindre les élevages à s'approvisionner dans la « région ». Un approvisionnement de la métropole ou hors Océan Indien en intrants AB semble compromis. Un partenariat avec Madagascar est une voie possible.

En partant de ces constats, les agriculteurs AB ont pensé procéder autrement. Ils envisagent de travailler avec les paysans malgaches. Les besoins estimés de maïs AB pour la filière animale sont de 20T [231].

PARTIE 4 : DÉMARCHES D'EFFICACITÉ

Pour une communication positive avec les clients et les parties prenantes, pour gagner un avantage concurrentiel et pour rendre le management plus performant, certains organismes s'orientent vers des démarches d'efficacité. Le terme « efficace » signifie « qui produit l'effet attendu ». L'« efficacité » du système de management correspond au niveau (estimé ou mesuré) de réalisation des activités planifiées et d'obtention des résultats attendus.

Dans les démarches qualité attestant l'efficacité des systèmes de management qualité des entreprises, les principales normes en vigueur et les plus utilisées dans les secteurs agricole et agroalimentaire sont les normes :

- ISO 9001 : 2008 « systèmes de management de la qualité » ;
- ISO 22000 : 2005 « systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires » ;
- ISO 14001 : 2004 « management environnemental ».

La structure de ces trois normes est volontairement analogue. Elles sont construites en phases compatibles, ce qui permet aux entreprises de pouvoir mettre en place un système de management qualité unique intégrant les exigences particulières de chacune de ces normes.

Un système de management est efficace s'il permet (i) pour la qualité : de fournir régulièrement un produit conforme aux exigences des clients et exigences réglementaires applicables et d'accroître la satisfaction de ses clients ; (ii) pour l'environnement : de maîtriser les impacts sur l'environnement et d'améliorer en continu ses performances.

La certification de conformité n'est pas une exigence des normes ISO. Celles-ci peuvent être mises en œuvre, sans certification, pour les bénéfices que peuvent en retirer les organismes utilisateurs, pour eux-mêmes et pour leurs clients. Néanmoins, des milliers d'organismes ont choisi la certification parce qu'une confirmation de conformité indépendante est considérée comme source de **valeur ajoutée** [232].

Pourquoi mettre en place des systèmes de management dans les entreprises ?

Avantages externes : (i) une communication positive avec ses clients : ils sont plus confiants dans le fait qu'ils recevront des produits conformes à leurs exigences et donc plus satisfaits ; (ii) concurrentiel : un argument commercial par une publicité plus agressive, pour informer les clients des avantages qu'ils peuvent tirer en ayant affaire à une entreprise qui gère la qualité de ses produits ; (iii) davantage de confiance dans la conformité des produits de l'entreprise aux prescriptions réglementaires ; (iv) meilleures preuves objectives pour défendre l'entreprise contre d'éventuelles plaintes en responsabilité du fait du produit, déposés par les clients ; (v) une meilleure image de l'entreprise : grâce à une communication transparente, cela permet de limiter l'exposition de la société à des dégâts médiatiques ; et (vi) de meilleures relations avec ses parties prenantes : administrations chargées des contrôles régaliens, banques, collectivités locales pour la gestion du voisinage en matière environnementale et pour la sécurisation des sites.

Avantages internes : (i) une meilleure attention accordée aux clients ; (ii) une orientation processus au sein de l'entreprise, favorisant la responsabilisation interne ; (iii) un engagement de la part de la direction ; (iv) une meilleure définition des responsabilités ; (v) de meilleures conditions de travail pour le personnel ; (vi) du personnel plus motivé ; (vii) une réduction des coûts engendrés par des erreurs : taux de reprise et de mise au rebut inférieurs, moins de renvoi par le client, de remplacement ; (viii) une meilleure gestion de la pression juridique et réglementaire ; (ix) une meilleure anticipation des évolutions réglementaires et normatives ; (x) une meilleure anticipation des demandes des donneurs d'ordre (écoute client) ; et (xi) des moyens de contrôle de la gestion interne et des autocontrôles et une amélioration continue de la gestion dans l'entreprise.

L'ISO

L'ISO (organisation internationale de la normalisation) est une fédération d'organismes nationaux de normalisation (comités membres de l'ISO). Elle est composée des organismes nationaux de normalisation de 158 pays de toutes tailles, industrialisés et en développement, de toutes les régions du monde. L'ISO élabore des normes techniques d'application volontaire qui confèrent une valeur ajoutée à tous les types d'activités économiques. Les normes ISO contribuent à la diffusion des technologies et des bonnes pratiques d'entreprise. Elles permettent le développement, la production et la livraison de produits et services plus efficaces, sûrs et respectueux de l'environnement, ainsi que des **échanges facilités** et plus équitables entre les pays. Les normes ISO protègent les utilisateurs et les consommateurs et, à maints égards, leur simplifient la vie. L'ISO n'élabore que les normes exigées par le marché [233].

L'élaboration des normes internationales est en général confiée aux comités techniques de l'ISO. Chaque comité membre intéressé par une étude a le droit de faire partie du comité technique créé à cet effet. Les organisations internationales, gouvernementales et non gouvernementales, en liaison avec l'ISO participent également aux travaux. Les normes ISO représentent un consensus international sur l'état des connaissances techniques et des bonnes pratiques concernées. La collection des 17 800 normes et documents connexes de l'ISO aborde les trois dimensions du développement durable : économique, environnementale et sociale. L'ISO n'effectue pas de certification à ses normes, ne délivre aucun certificat et ne contrôle pas la certification qui est réalisée indépendamment par d'autres organismes [233].

L'approche processus et roue de Deming, concepts clés des normes ISO :

Processus est entendu comme l'ensemble de moyens et d'activités liés qui transforment des éléments entrants en éléments sortants. Dans le fonctionnement d'une entreprise, de nombreuses activités corrélées sont menées. Toute activité utilisant des ressources et permettant une transformation d'éléments d'entrée en éléments de sortie peut être considérée comme un processus. « L'approche processus » désigne l'application d'un système de processus au sein d'un organisme, ainsi que l'identification, les interactions et le management de ces processus. La norme distingue les processus de réalisation (contribuant à la réalisation du produit : marketing, développement, achat, production, relation avec les clients...), des processus de support (ressources humaines, infrastructures...) et des processus de direction ou processus de management.

Cette approche permet de maîtriser les relations entre processus, leurs combinaisons et interactions. Pour chaque processus identifié, l'entreprise doit s'efforcer de mener des actions d'amélioration continue selon le principe du PDCA : Plan Do Check Act. La roue de Deming (de l'anglais Deming wheel) est une illustration de la méthode de gestion de la qualité dite PDCA (Plan-Do-Check-Act). La roue de Deming est un moyen mnémotechnique permettant de repérer avec simplicité les étapes à suivre pour améliorer la qualité dans une organisation. La méthode comporte quatre étapes, chacune entraînant l'autre, et vise à établir un cercle vertueux. Sa mise en place doit permettre d'améliorer sans cesse la qualité d'un produit, d'une œuvre, d'un service, etc.

- Plan : préparer, planifier (ce que l'on va réaliser) ;
- Do : développer, réaliser, mettre en œuvre (le plus souvent, on commence par une phase de test)
- Check : contrôler, vérifier ;
- Act (ou Adjust): agir, ajuster, réagir (si on a testé à l'étape Do, on déploie lors de la phase Act).

Les organismes certificateurs

Les organismes certificateurs sont soumis à des règles précises, par rapport auxquelles ils sont accrédités. L'accréditation signifie, entre autres, qu'ils connaissent ces règles, qu'ils sont jugés compétents pour les appliquer, et qu'ils le font de façon régulière. Ces règles se situent à deux niveaux : avec le guide ISO 66 (ou norme européenne EN 45012, les deux textes sont identiques) et les directives IAF (international accreditation forum) (ou EA pour european co-operation for accreditation).

CHAPITRE 1 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE ISO 9001

Type de démarche

L'ISO 9001 est une norme internationale permettant d'accéder à une certification de « système » par un organisme certificateur accrédité (ISO 66 ou norme EN 45012). La norme ISO 9001 fait partie de la série des normes ISO 9000, relatives aux systèmes de gestion de la qualité. Le référentiel décrit les exigences relatives à un système de management de la qualité, afin que le produit ou service, fourni par l'entreprise qui l'applique, soit conforme aux exigences des clients et aux exigences réglementaires applicables. Ce référentiel est applicable à tout organisme, quel que soit son type, sa taille et le produit fourni.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs Historiques

Les normes internationales de l'ISO étaient, dans leur grande majorité, hautement spécifiques à des produits, matériaux ou processus particuliers. Mais dans les années 1980, l'ISO aborda de nouveaux domaines de travail avec un impact énorme sur les pratiques organisationnelles et le commerce. Dans les années 1970, de nombreuses grandes organisations (privées et publiques) publièrent leurs propres normes de management de la qualité, qui introduisaient l'idée que la confiance dans un produit pouvait être obtenue par un système de management de la qualité approuvé et des manuels qualité. La série de normes canadiennes CSA Z 299 fut publiée au milieu des années 1970 et la norme britannique BS 5750 parut en 1979. En décembre 1979, les États-Unis publiaient l'ANSI/ASQC Z-1.15, « generic guidelines for quality systems ».

La croissance du commerce international stimulait l'élaboration de normes de management de la qualité reconnues internationalement, mais l'on craignait que la **multiplication des normes nationales différentes ne constituât un obstacle au commerce international**.

Le comité technique de l'ISO (ISO/TC) 176, « management et assurance de la qualité », fut créé en 1979. La première norme publiée par l'ISO/TC 176 fut l'ISO 8402 (en 1986), qui normalisait la terminologie du management de la qualité. En 1987 paraissaient les normes ISO 9001, ISO 9002 et ISO 9003, qui définissaient les exigences relatives aux systèmes de management de la qualité. Ces normes furent complétées par la norme ISO 9004, qui donnait des lignes directrices pour la mise en œuvre des systèmes de management de la qualité [233].

2. Objectifs Actuels

La norme spécifie les exigences relatives au système de management de la qualité lorsqu'un organisme doit démontrer son aptitude à fournir régulièrement un produit conforme aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables. Mais aussi lorsqu'il vise à accroître la satisfaction de ses clients par l'application efficace du système, y compris les processus pour l'amélioration continue du système et l'assurance de la conformité aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables.

3. Objectifs observés

Pour garder et satisfaire ses clients, les produits ou services que l'on propose doivent répondre à leurs exigences. La norme ISO 9001 fournit un cadre opérationnel et éprouvé pour une approche systématique de ses propres processus de management. Cette approche processus avec sa dimension transversale apporte :

- la compréhension des relations et interdépendances des fonctions/services et leurs relations avec le client ;
- la compréhension des rôles et responsabilités de chacun pour l'atteinte des objectifs communs ;
- une cohérence et une harmonisation ;
- évite le cloisonnement et donc la perte de visibilité sur les attentes client ;
- évite la vision parcellaire : méconnaissance et donc absence de prise en compte des problèmes ou contraintes des autres acteurs.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

L'élaboration et la gouvernance des normes sont assurées par l'ISO.

2. Procédure de demande

La certification est réalisée par un organisme indépendant et compétent, accrédité selon la norme ISO 17021 IECTS ou norme EN 45012. La certification ne porte pas sur les produits délivrés par une entreprise mais sur **son mode de travail et sur sa manière de répondre aux exigences des parties intéressées.**

Le processus interne pour la mise en place d'un management de la qualité en vue de la certification dure au moins 15 mois et se déroule en général selon les phases suivantes :

- diagnostic qualité ISO 9001 initial ; sensibilisation à la qualité (tout le personnel) ; formation au management de la qualité (dirigeant, responsable qualité, responsables de processus notamment) ; définition de la nouvelle organisation, conforme à la norme (description des processus qualité, rédaction des procédures qualité et des instructions qualité, etc.) ;
- formation des responsables de processus de système de management de la qualité (SMQ) ; mise en œuvre des premières réunions d'amélioration de l'organisation du SMQ,
- formation des auditeurs qualité interne ; réalisation des premiers audits qualité interne (par les auditeurs qualité de l'entreprise) ; audit qualité de pré-certification (audit qualité à blanc), par un auditeur qualité externe ; audit qualité de certification, par le ou les auditeur(s) qualité d'un organisme certificateur.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Le dispositif de contrôle repose sur un audit initial, des audits de renouvellement tous les trois ans et des audits de suivi (annuel ou semestriel) par le certificateur.

Cahier des charges de la démarche

La norme ISO 9001 a été structurée pour être facile à utiliser et rédigée en des termes que tous les secteurs économiques peuvent reconnaître. Il ne comporte pas d'exigences spécifiques à d'autres systèmes de management, tels que le management de la sécurité, le management de l'hygiène, le management de l'environnement, la gestion financière ou le management des risques. Sa structure permet à l'organisme d'intégrer son système de management de la qualité avec les exigences de ces autres systèmes, notamment en mettant en place l'organisation qui répond aux exigences réglementaires et légales encadrant la réalisation de l'activité concernée.

Les exigences du référentiel sont décrites dans huit chapitres :

1. domaine d'application ;
2. références normatives ;
3. termes et définitions ;
4. systèmes de management de la qualité : approche processus, gestion documentaire ;
5. responsabilité de la direction : engagement, écoute client, politique et objectifs, planification et revue de direction, responsabilités et autorités, communication ;
6. management des ressources : gestion des ressources humaines (compétences et formation), infrastructures, environnement de travail ;
7. réalisation du produit : planification de la réalisation, détermination et prise en compte des exigences relatives aux clients, gestion de la conception et développement, gestion des achats, production, gestion des dispositifs de surveillance et de mesure ;
8. mesure, analyse et amélioration : satisfaction du client, audit interne, surveillance et mesure (processus, produit), produits non-conformes, analyses des données, amélioration (actions correctives et préventives).

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Situation de la démarche

L'« étude ISO des certifications – 2009 » [232] annonce que la norme ISO 9001 a dépassé le million de certifications. « La hausse de 8% constatée pour les certificats ISO 9001, contre 3 % en 2008, confirme l'importance d'ISO 9001 dans les chaînes d'approvisionnement internationales et son rôle de modèle précurseur pour les autres normes de système de management qui ont suivi et sont une réussite. Fin décembre 2009, au moins 1 064 785 certificats ISO 9001 (éditions 2000 et 2008 confondues) avaient été délivrés dans 178 pays et économies. Le total de 2009 indique une augmentation de 81 953 certificats (+ 8 %) par rapport au total 2008, qui s'élevait à 982 832 certificats dans 176 pays et économies », indique le communiqué de Presse de l'ISO. La norme ISO 9001 (certifications pour les éditions 2000 et 2008 confondues), s'est désormais imposée

dans le monde entier comme la norme la plus largement mise en œuvre pour fournir une assurance quant à l'aptitude d'un organisme à répondre aux exigences de qualité et à donner satisfaction aux clients dans leurs relations avec les fournisseurs.

2. Facteurs clés de succès d'un projet de management de la qualité

- **L'engagement personnel du dirigeant** dans le projet qualité : la qualité commence au sommet ; la nomination d'un responsable qualité, chargé de « prendre le projet qualité à bras le corps » et d'aider le reste du personnel tout au long du projet qualité ; **l'adhésion du personnel** au projet qualité (ne pas laisser place à la création d'une « maillon faible » : la défaillance d'un seul nuit à l'effort de tous,) ; la formation du personnel à la qualité : la qualité s'appuie sur des hommes motivés et bien (in)formés ; l'émulation entre les différents services de l'entreprise concernés par le projet qualité,
- une **approche participative** ;
- consultation du personnel pour rédiger les procédures qualité ;
- prise en compte des difficultés rencontrées par le personnel dans l'application des nouvelles procédures qualité ;
- exploitation des suggestions d'amélioration émises par le personnel en matière de qualité ;
- mise en place de réunions qualité pour traiter les dysfonctionnements (non qualité) ; **l'aide efficace d'experts qualité.**

3. Points forts

Si le projet de management de la qualité est souvent initialisé à la demande des clients (soucieux d'avoir confiance dans leur fournisseur et de se prémunir contre les mauvaises surprises), il existe bien d'autres « bonnes raisons » de mener un projet de management de la qualité : (i) enjeux économiques : fidélisation des clients, accroissement des parts de marché, réduction des coûts de non-qualité, conservation de connaissances et des pratiques d'entreprise, intégration plus efficace des nouveaux collaborateurs, (ii) enjeux commerciaux : se distinguer des concurrents, conquérir et maintenir des gros marchés, (iii) enjeux humains et techniques : formation du personnel, intégration des nouveaux collaborateurs, opportunité pour faire bouger l'entreprise, réveiller les acteurs assoupis et (iv) répondre à la réglementation en vigueur.

4. Points faibles et difficultés rencontrées

Les principaux points faibles sont : (i) coût élevé de la certification ; (ii) coût élevé de l'accompagnement ; (iii) manque de motivation / d'implication de certains collaborateurs dans le projet de management de la qualité ; (iv) **surcharge de travail** pendant la phase de rédaction et de mise en application initiale des procédures qualité ISO 9001 ; (v) **manque de disponibilité**, notamment de la part des fonctions fortement impliquées dans la construction de l'organisation qualité ISO 9001 ; (vi) consacrer trop de temps au projet de management de la qualité et se faire « happer » par lui ; (vii) laisser certains collaborateurs en dehors du projet de management de la qualité et de sa réalisation ; (viii) autosatisfaction (et par suite relâchement) dès les premières retombées positives du projet de management de la qualité.

ISO 9001 dans l'Océan Indien

Les grandes entreprises et en particuliers les multinationales ou entreprises pluri-sites-pluri activités, tous secteurs confondus, sont généralement engagées dans la norme ISO 9001.

A titre d'exemple, les entreprises du Groupe Food&Allied à Maurice affichent une certification ISO 9001 2000 et 2008 dans le secteur de la meunerie, de la conserverie et produits élaborés, des produits laitiers, de la filière poulet, la logistique, des services informatiques et de formation. (Avipro Co Ltd., Freight and Transit Ltd., Livestock Feed Ltd., Les Moulins de la Concorde Ltée, Maurilait Production Ltée, New Maurifoods Ltd., NewEdge Solutions Ltd, NewSkills Ltd. Tropical Paradise Co. Ltd., le Labourdonnais Waterfront Hotel).

A Madagascar nous pouvons citer la Socolait (produit laitier), Unima (produit halieutique), SACIMEM (tabac),

A La Réunion, nous pouvons citer une liste non exhaustive des exemples d'entreprises certifiées ou en cours de certification: sucrerie de Bois Rouge (fabrication de sucre et mélasse), EDENA (société pour l'exploitation et le développement des eaux de source, industrie d'embouteillage d'eaux de sources), EUROCANNE (stockage et conditionnement de sucres de qualité, roux et blanc), URCOOPA (union réunionnaise des coopératives agricoles, fabrication d'aliments pour animaux, brasseries de Bourbon (brasseur), distillerie de Savanna (rhums et alcools), rhums Réunion (GIE pour la commercialisation de rhums et alcools de La Réunion, stockage, embouteillage, distribution et exportation de rhum), Mascarin (transformation et conditionnement de sucre et de tous produits sucrés et liquides), mise en place sur les sociétés des groupes Sica Revia et la CPPR [234].



CHAPITRE 2 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE ISO 22000

Type de démarche

L'ISO 22000:2005 « systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires – Exigences pour tout organisme appartenant à la chaîne alimentaire » spécifie les exigences relatives à un système de management de la sécurité des denrées alimentaires dans la chaîne alimentaire, lorsqu'un organisme a besoin de démontrer son aptitude à maîtriser les dangers liés à la sécurité des denrées alimentaires, afin de garantir que la denrée alimentaire est sûre au moment de sa consommation par l'homme.

Elle s'applique à tous les organismes, indépendamment de leur taille, qui sont impliqués dans un aspect de la chaîne alimentaire et veulent mettre en œuvre des systèmes permettant de fournir en permanence des produits sûrs. C'est une norme internationale permettant d'accéder à une certification de « système » par un organisme certificateur. Elle donne un cadre d'exigences harmonisées sur le plan international pour donner l'approche mondiale qui est nécessaire dans ce domaine. L'entreprise doit définir le domaine d'application de son système de management de la sécurité des denrées alimentaires : les produits ou catégories de produits, les procédés et les sites de production couverts par le système de management de la sécurité des denrées alimentaires.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs Historiques

Les **évolutions réglementaires**, notamment en Europe avec la « food law » (règlement 178/2002 [54]) et le « paquet hygiène » (règlement 852/2004 et 853/2004, en particulier [20, 235]), obligent les opérateurs de la chaîne alimentaire à démontrer leur aptitude à mettre sur le marché des produits sains et salubres, la responsabilité des moyens mis en œuvre leur incombant. Pour ce faire, ils peuvent s'appuyer sur des guides de bonnes pratiques d'hygiène et doivent appliquer une démarche HACCP.

L'ISO 22000 est née d'un constat et d'un besoin par rapport à la méthode HACCP. Le constat était que de nombreuses normes nationales ou privées (BRC, IFS) s'appuyaient sur HACCP pour construire une norme de système de management de la sécurité alimentaire. ISO est intervenu en créant un groupe d'expert internationaux afin d'harmoniser les différentes approches individuelles [236]. Le besoin quant à lui, découlait du fait que le système HACCP, tel que décrit par le Codex Alimentarius depuis près de 10 ans à l'époque, présentait certaines lacunes. Celles-ci trouvent leur solution dans les notions de PRP⁶⁸, PRP opérationnels et validation des (combinaison de) mesures de maîtrise introduites dans l'ISO 22000 autour des principes de base du système HACCP décrit par le Codex alimentarius [236].

Dans ce contexte, la norme ISO 22000 a été publiée à l'automne 2005. **Cette norme a pris en compte l'expérience acquise depuis 15 ans en matière de HACCP en y associant les principes de management de la norme ISO 9001 :2000.** Elle devait permettre de faire l'unicité et devenir la référence unique, en s'appuyant

68 Programmes prérequis ou bonnes pratiques d'hygiène

notamment sur les travaux complémentaires en cours au sein de l'ISO relatifs aux exigences en matière d'évaluation (organismes certificateurs, auditeurs) [236].

Ainsi la mise en place de L'ISO 22000 s'est opérée autour de trois grands objectifs : harmoniser (regrouper les normes nationales ou privées qui foisonnent depuis 1997, **harmoniser** le niveau d'exigence entre ces normes, étendre la portée à l'ensemble de la chaîne alimentaire, générer ainsi une culture commune), **simplifier** (simplifier la tâche des entreprises avec une seule norme, simplifier l'accréditation des certificateurs) et **assurer l'accès** (rendre la norme universellement accessible, éviter le protectionnisme des détenteurs de normes privées) [236].

2. Objectifs Actuels

Le référentiel décrit les exigences relatives à un système de management de la sécurité des aliments, visant à améliorer la satisfaction du client grâce à une maîtrise efficace des dangers. Il permet de démontrer la conformité aux exigences de la réglementation en matière de sécurité sanitaire, ainsi qu'à celles de ses clients. Il a également pour but d'assurer une communication efficace avec les autorités, les clients et les consommateurs sur les questions liées à la sécurité sanitaire des aliments.

L'ISO 22 000 définit les exigences qui permettent à un organisme de concevoir, planifier, mettre en œuvre les actions visant au respect des bonnes pratiques d'hygiène, à l'application de la méthode HACCP et à la maîtrise des dangers, à en évaluer l'efficacité, à argumenter la communication avec les clients, et ainsi, garantir la conformité de la politique d'entreprise. Elle permet au système HACCP d'être porté par une organisation animée par une politique, des objectifs et des responsabilités définies, des ressources attribuées et un contrôle de la réalisation des objectifs. Une telle organisation vise à l'amélioration permanente de la sécurité des aliments.

3. Objectifs observés

Parmi les objectifs observés et qui justifient le choix de la mise en place de la norme, nous pouvons citer :

- maîtriser des dangers liés à la sécurité des aliments ;
- gérer des programmes préalables (PRP⁶⁹) : conditions et activités de base nécessaires pour maintenir tout au long de la chaîne alimentaire un environnement hygiénique ;
- optimiser les ressources et la documentation ;
- intégrer ou compléter un système sur la base de l'HACCP et/ou de l'ISO 9001 ;
- reconnaître l'utilisation des guides de bonnes pratiques d'hygiène élaborés par les interprofessions ou les entreprises ;
- bénéficier d'une communication organisée entre partenaires commerciaux à tous les niveaux de la chaîne alimentaire en amont et en aval ;
- prendre en compte les exigences particulières des clients concernant la sécurité des aliments.

Cadre de la démarche

⁶⁹ Exemples de programmes pré requis : bonnes pratiques agricoles (BPA), bonnes pratiques vétérinaires (BPV), bonnes pratiques de fabrication (BPF), bonnes pratiques d'hygiène (BPH), bonnes pratiques de production (BPP), bonnes pratiques de distribution (BPD), bonnes pratiques de vente (BPV).

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

L'élaboration et la gouvernance des normes sont assurées par l'ISO.

2. Procédure de demande

La certification est réalisée par un organisme indépendant et compétent, accrédité selon la norme ISO 17021 IECT ou norme EN 45012. La certification ne porte pas sur les produits délivrés par une entreprise mais **sur son mode de travail et sur sa manière de répondre aux exigences des parties intéressées.**

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Le dispositif de contrôle repose sur un audit initial, des audits de renouvellement tous les trois ans et des audits de suivi (annuels ou semestriels).

Cahier des charges de la démarche

L'ISO 22000:2005 définit des exigences pour permettre à un organisme de [237] :

- planifier, mettre en œuvre, exploiter, maintenir et mettre à jour un système de management de la sécurité des denrées alimentaires destiné à fournir des produits qui, conformément à leur usage prévu, sont sûrs pour le consommateur;
- démontrer la conformité avec les exigences légales et réglementaires applicables en matière de sécurité des denrées alimentaires;
- évaluer et apprécier les exigences du client, démontrer la conformité avec les exigences établies en accord avec lui et relatives à la sécurité des denrées alimentaires afin d'améliorer la satisfaction du client;
- communiquer efficacement sur les questions relatives à la sécurité des denrées alimentaires avec ses fournisseurs, ses clients et les parties intéressées de la chaîne alimentaire;
- garantir la conformité avec sa politique déclarée en matière de sécurité des aliments;
- démontrer cette conformité aux parties intéressées;
- faire certifier/enregistrer son système de management de la sécurité des denrées alimentaires par un organisme extérieur, ou effectuer une auto-évaluation/ auto-déclaration de conformité à l'ISO 22000:2005.

Les exigences du référentiel sont décrites dans cinq chapitres :

- systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires ;

- responsabilité de la direction : qui doit se traduire par une implication forte et concrète sur le terrain (une politique et des objectifs doivent être fixés) ;
- management des ressources : pour la mise en œuvre et la maintenance du système ;
- planification et réalisation de produits sûrs, qui associe de manière dynamique les bonnes pratiques d'hygiène, à travers de programmes pré requis, avec les phases d'application d'une démarche HACCP ;
- validation, vérification et amélioration du système de management de la sécurité des denrées alimentaires qui permet l'assurance de résultats conformes aux objectifs et leur amélioration.

Afin d'aider la mise en place de cette norme, la norme ISO 22 004 fournit des lignes directrices pour son application. La norme ISO 22000 fixe des exigences de résultats sans fixer d'exigences de moyens. Elle permet au système HACCP d'être porté par une organisation animée par une politique, des objectifs et des responsabilités définies, des ressources attribuées et un contrôle de la réalisation des objectifs. La norme ISO 22000 fixe des exigences de résultats sans fixer d'exigences de moyens.

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Situation de la démarche

Fin décembre 2009, au moins 13 881 certificats ISO 22000:2005 avaient été délivrés dans 127 pays et économies. Le total de 2009 indique une augmentation de 5 675 certificats (+ 69 %) par rapport à 2008, où le total était de 8 206 certificats dans 112 pays et économies [232].

2. Points forts

Les points forts répertoriés (entretiens avec les professionnels de la zone, [236, 237] de l'ISO 22000 sont d'être :

- une norme internationale (passeport pour l'export) ;
- des normes internationales officielles plutôt que privée : l'avantage est énorme dans la mesure où les normes sont accessibles sans protectionnisme aucun à tous les acteurs : entreprises, certificateurs, services d'accréditation, autorités compétentes ;
- complémentaires avec les référentiels privés et normes nationales (excellent outil d'intégration des PRP, HACCP, des principes de management) ;
- applicable à la chaîne alimentaire tout entière : contrairement aux normes BRC et IFS qui ne sont applicables qu'à la transformation, l'ISO 22000 s'adresse à la totalité de la chaîne alimentaire avec la production primaire et ses fournisseurs, la première transformation, l'élaboration, le stockage, le transport et la distribution ;

- applicable aux produits et services connexes : l'ISO 22000 s'applique en outre à tous les produits et services connexes tels que pour les matériaux au contact, les emballages, les machines et ustensiles, les produits vétérinaires et phytosanitaires, le nettoyage et la désinfection, la lutte contre les nuisibles. Ceci permet de générer une culture commune et partagée à tous les acteurs de la chaîne alimentaire, en évitant les obstacles et complications inhérents à la prolifération de normes spécifiques redondantes ;
- d'être certifiable (regard extérieur, impartiale et rigoureux de l'organisation) ;
- d'être compatible avec les normes des séries ISO 9000 et 14000 ;
- de renforcer l'application de l'HACCP ;
- de faciliter la démonstration de la conformité des pratiques de l'entreprise aux autorités administratives de contrôle ;
- de permettre l'aptitude à fournir en permanence des produits finis sûrs satisfaisants aux exigences des clients et aux exigences réglementaires en matière de sécurité alimentaire ;
- imposer une obligation de résultats en laissant le libre choix des moyens ;
- éviter la redondance des moyens de maîtrise au sein de la filière en favorisant la communication entre l'entreprise et ses partenaires.
- certification de système de management et non de produits.
- propose des exigences claires, faciles à auditer.

3. Points faibles

Les points faibles répertoriés de l'ISO 22000 sont (entretiens avec les professionnels de la zone, Procert, Boutou, Blanc [238] [236, 237]) :

- le coût élevé de la certification ;
- le coût élevé de l'accompagnement ;
- que les principales non conformités relèvent du chapitre 7 sur la mise en place de la démarche HACCP [29] ;
- le manque de motivation / d'implication de certains collaborateurs dans le projet de management de la qualité ; la surcharge de travail pendant la phase de rédaction et de mise en application initiale des procédures qualité ; le manque de disponibilité, notamment de la part des fonctions fortement impliquées dans la construction de l'organisation qualité ; de consacrer trop de temps au projet de management de la qualité et se faire « happer » par lui ; de laisser certains collaborateurs en dehors

du projet de management de la qualité et de sa réalisation ; l'autosatisfaction (et par suite relâchement) dès les premières retombées positives du projet de management de la qualité.

ISO 22000 dans l'Océan Indien

Les grandes entreprises agroalimentaires et en particuliers les multinationales ou entreprises pluri-sites, sont généralement engagées dans la norme ISO 22000.

A Maurice nous pouvons citer les exemples de Tropical Paradise Co. Ltd (Le Labourdonnais Waterfront Hotel).

A Madagascar nous pouvons citer l'exemple de la Socolait (produits laitiers) (en cours).

A La Réunion, nous pouvons citer une liste non exhaustive des exemples d'entreprises certifiées ou en cours de certification: EDENA (société pour l'exploitation et le développement des eaux de source, industrie d'embouteillage d'eaux de sources), EUROCANNE (stockage et conditionnement de sucres de qualité, roux et blanc), Mascarin (transformation et conditionnement de sucre et de tous produits sucrés et liquides), sucrerie de La Réunion (fabrication de sucre de canne destiné à la consommation, au raffinage ou entrant dans la composition de sucres spéciaux), brasserie de Bourbon (brasseurs) [234].



CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE ISO 14001

Type de démarche

La norme « ISO 14001 :2004 : systèmes de management environnemental- exigences et lignes directrices pour son utilisation » repose sur le principe d'amélioration continue de la performance environnementale par la maîtrise des impacts liés à l'activité de l'entreprise. On part d'une incitation volontaire vers la certification d'un système de management sans définir d'objectifs particuliers, ni de moyens d'y parvenir.

La norme spécifie les exigences relatives à un système de management environnemental permettant à une entreprise de développer et de mettre en œuvre une politique et des objectifs, qui prennent en compte les exigences légales et les autres exigences auxquelles l'entreprise a souscrit et les informations relatives aux aspects environnementaux significatifs. Elle s'applique aux aspects environnementaux que l'entreprise a identifié comme étant ceux qu'elle a les moyens de maîtriser et ceux sur lesquels elle a les moyens d'avoir une influence. Elle n'instaure pas en elle-même des critères spécifiques de performance environnementale. La norme insiste sur la prévention de la pollution, l'engagement public et l'amélioration des performances environnementales.

Objectifs de la démarche

Les entreprises qui s'engagent dans la démarche souhaitent : (i) mettre en œuvre un système de management environnemental ; (ii) s'assurer de leur conformité avec leur politique environnementale établie et (iii) démontrer leur conformité à la norme.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

L'élaboration et la gouvernance des normes sont assurées par l'ISO.

2. Procédure de demande

La démarche commence par une période de réflexion sur les attentes et les contraintes de l'entreprise et sur l'identification des « clients » du système (par qui sont imposées les contraintes environnementales ?). Vient ensuite la phase d'analyse environnementale (de préférence réalisée par un consultant extérieur). Puis l'entreprise élabore et met en place son système de management environnemental.

La certification est réalisée par un organisme indépendant et compétent, accrédité selon la norme ISO 17021 IECT ou norme EN 45012. La certification ne porte pas sur les produits délivrés par une entreprise mais sur **son mode de travail et sur sa manière de répondre aux exigences des parties intéressées**. La certification ISO 14001 se fait sur un cycle de 3 ans. Une autoévaluation (audit interne) de l'organisme est un préalable indispensable à la certification. La chronologie des différentes phases se présente de la façon suivante :

- première année : vérification par des auditeurs tiers accrédités de la conformité réglementaire et

documentaire légale, et mise en place d'actions correctives si besoin ;

- 6 mois à un an après : évaluation par ces mêmes auditeurs du système de management environnemental mis en place ;
- deuxième année : audit de suivi par les auditeurs ;
- troisième année : audit de suivi par les auditeurs ;
- quatrième année : reprise du processus complet.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

Le dispositif de contrôle repose sur un audit initial, des audits de renouvellement tous les trois ans et des audits de suivi (annuels ou semestriels).

Cahier des charges de la démarche

ISO 14001 est une norme d'application volontaire pouvant donner lieu à la certification d'un système de management. Le principe de base est la roue de Deming. La norme n'instaure pas en elle-même de critères spécifiques de performance environnementale. Toutes les exigences de la norme sont destinées à être intégrées dans n'importe quel système de management environnemental. La norme fournit des lignes directrices. Le degré d'application dépend de l'organisme. L'auditeur ne juge pas de la pertinence des indicateurs choisis mais juge la conformité aux réglementations en vigueur et les moyens techniques, humains et organisationnels pour respecter les engagements pris.

- Les principes du système sont les suivants. Définition et garantie de l'engagement à la politique environnementale. Etablissement d'un plan permettant de satisfaire la politique environnementale. Cette étape se base sur les résultats d'une analyse environnementale. Le plan doit permettre la définition des objectifs et de cibles précises et du programme environnemental.
- Mise en œuvre et fonctionnement du système. La mise au point des moyens et mécanismes de support nécessaires pour réaliser la politique environnementale passera par la définition des responsabilités, la mise en place de ressources, de formation du personnel et d'une documentation du système.
- Un système de management environnemental évolue constamment et l'on doit suivre cette évolution. Il devra donc être mesuré, et amélioré périodiquement. Le système doit donc prévoir une surveillance et des mesures régulières des caractéristiques des opérations et activités ayant un impact significatif sur l'environnement (réalisation d'audits et contrôles internes dont les résultats sont enregistrés).
- Revue et amélioration continue du système avec un objectif d'amélioration de la performance environnementale globale. La revue de direction permettra une analyse du système pour s'assurer qu'il est toujours approprié, suffisant et efficace. La revue de direction décidera des lignes directrices importantes, la redéfinition de certains objectifs si nécessaire et déterminera également les mesures qui permettront de remédier aux non-conformités.

Il n'y a pas de label spécifique, mais la délivrance d'un certificat de conformité daté et signé avec la mention

du nom de l'organisme certificateur. Les produits provenant de sites certifiés ISO 14001 peuvent porter une indication mentionnant qu'ils sont issus d'une société certifiée ISO 14001, ainsi que l'organisme certificateur.

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Situation de la démarche

La norme ISO 14001:2004 qui fournit des exigences pour les systèmes de management environnemental, est pertinente au niveau mondial pour les organismes désireux de mener leurs activités de façon à favoriser un environnement durable.

Fin décembre 2009, au moins 223 149 certificats ISO14001:2004 avaient été délivrés dans 159 pays et économies. La croissance annuelle s'est pratiquement stabilisée au même niveau que 2008 – 34 334 en 2009 contre 34 242 en 2008 – où le total était de 188 815 certificats dans 155 pays et économies [232].

2. Points forts

Le système est reconnu au niveau international, c'est un véritable outil d'aide au management environnemental et dans certains cas, amenant à des réductions de coûts.

3. Points faibles

Le coût de la certification la rend difficilement accessible aux petites unités. Le coût global est élevé et peut varier, suivant l'activité, la taille de la société, la surface du site. Un rapport sur une étude comparée des différents systèmes de garantie / qualité [239] donne des ordres de grandeur : une certification entre 62 000 et 103 000€ sur le cycle de trois ans. et des coûts d'audits d'environ 1200€ par journée et par auditeur.

L'efficacité de l'ISO 14001 dépend très largement de l'élaboration du système de management environnementale mis en place par l'organisme.

ISO 14001 dans l'Océan Indien

A La Réunion, nous pouvons citer une liste non exhaustive des exemples d'entreprises certifiées ou en cours de certification: EDENA (société pour l'exploitation et le développement des eaux de source, industrie d'embouteillage d'eaux de sources), brasserie de Bourbon (brasseurs), URCOOPA (union réunionnaise des coopératives agricoles, fabrication d'aliments pour animaux [234]. En 2012, 23 exploitations agricoles de La Réunion sont certifiées ISO 14001 dans le cadre de la certification collective menée avec Terr'avenir.

PARTIE 5 : DÉMARCHES DE COMMERCE ÉQUITABLE, DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Dans un contexte de forte demande sociétale, la durabilité est devenue une composante majeure des stratégies marketing des entreprises de l'amont et de l'aval, comme de la grande distribution. De plus en plus d'entreprises de l'industrie agro-alimentaire développent leur propre stratégie de durabilité et s'engagent dans des démarches de **certification privée**. Ces démarches concernent souvent en partie la production de la matière première du fait de la contribution essentielle de celle-ci aux bilans carbone, entraînent les exploitants agricoles vers des modifications de pratiques. Dans ce cadre, le secteur coopératif fait souvent jouer tous les atouts de son statut particulier. Pour les acteurs, qu'ils soient consommateurs ou opérateurs, la lisibilité est encore difficile. Notamment sur le devenir de ces démarches et leur compréhension et acceptation par le marché.

Tous les types de démarches sont aujourd'hui à l'œuvre dans le champ des démarches de commerce équitable, de responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise et de développement durable.

Certaines démarches de durabilité vont jusqu'à la valorisation par l'étiquetage du produit final, recherchant un effet de niche. C'est souvent le cas dans la grande distribution (Engagement Qualité Carrefour, certains produits sous marque propre Système U ou Casino, par exemple) ou dans des entreprises agro-alimentaires dont les produits ont une forte valeur ajoutée (LU Harmony, par exemple) [240]. Dans ces situations, les efforts engagés peuvent être partiellement couverts par une « prime » payée par le consommateur. Pour les maillons intermédiaires de la chaîne alimentaire, la stratégie peut trouver une valorisation dans le B2B⁷⁰. La durabilité des produits sera alors mise en avant auprès de clients appliquant eux même une démarche de durabilité, et choisissant leurs fournisseurs sur la base de ces critères. Globalement, ces démarches trouvent rarement une valorisation sur le marché [240].

De fait, la principale incitation des entreprises à s'engager dans des démarches de durabilité ne concerne pas, le plus souvent, le produit, mais la stratégie du groupe (par exemple, Bonduelle [240]). La plupart des

70 Business to Business

entreprises d'une certaine taille sont aujourd'hui engagées dans des démarches de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Il peut s'agir, dans certains cas, d'améliorer l'image de l'entreprise auprès du grand public (par exemple, McDonald's [240]) ; l'enjeu est également financier. En effet, certains investisseurs intègrent de plus en plus des indicateurs non financiers, relatifs aux dimensions sociales et environnementales, dans leurs choix d'investissement. De plus, pour les entreprises qui sont cotées sur un marché réglementé, l'incitation est d'autant plus forte qu'elles ont l'obligation de publier des informations sur leur performance environnementale, ce qui peut in fine se répercuter sur le taux auquel les entreprises empruntent. Le secteur agro-alimentaire intègre donc progressivement la démarche RSE. Or, dans ce secteur d'activité, l'empreinte écologique des entreprises, notamment en matière d'émissions de GES, dépend très fortement de la matière première utilisée (de 60 à 80%). Ceci explique pourquoi les entreprises engagées dans une démarche RSE s'intéressent à la manière dont leurs fournisseurs, en premier lieu les agriculteurs, produisent, et incitent ces derniers à améliorer leurs pratiques [240].

Ainsi le panel des démarches est large : allant d'initiatives privées avec l'étiquetage à la production de normes internationales consensuelles comme la RSE. Entre ces deux extrémités, il est très difficile pour les opérateurs de s'orienter sans le recul de l'expérience et surtout les retours du marché. Cette partie vise à décrypter certaines de ces démarches parmi les nombreuses qui existent.

CHAPITRE 1 : LE COMMERCE ÉQUITABLE

Principes du commerce équitable

Le commerce équitable s'inscrit dans les démarches de développement durable (conciliation des approches économiques, sociales et environnementales) et repose sur 5 principes fondamentaux :

1. Assurance d'une juste rémunération du travail des producteurs et artisans les plus défavorisés. Le prix d'achat des produits aux producteurs est fixé de telle sorte qu'il permette la couverture de l'ensemble des charges de production et de logistique, incluant la rémunération du travail permettant aux familles de vivre (couverture des besoins fondamentaux), d'améliorer leurs niveaux de vie et de dégager une marge permettant de réaliser des investissements productifs.
2. Instauration de relations directes (circuits courts) et transparentes entre les partenaires économiques, visant à créer des opportunités économiques pour les acteurs généralement marginalisés par le système économique traditionnel.
3. Garantie du respect des droits fondamentaux des personnes (refus de l'exploitation des enfants, du travail forcé, non-discrimination, ...).
4. Préservation de l'environnement par encouragement de systèmes de production responsables.
5. Elaboration et proposition aux consommateurs de produits de qualité à fort ancrage territorial.

Concepts et définition

Il n'existe à ce jour pas de définition juridique du commerce équitable. Nous proposons ci-dessous la définition du commerce équitable édictée en 2001 par le réseau FINE [241] qui regroupe 4 organisations du commerce équitable (FLO [fair trade labelling organisation], WFTO⁷¹ [world fair trade organization], NEWS [network of european world shops] et EFTA [european fair trade association]) :

« Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. »

La réflexion sur les moyens de garantie du commerce équitable revêt une importance toute particulière. Les acteurs et les initiatives se multiplient. Les consommateurs et les médias s'interrogent, et le projet d'une reconnaissance institutionnelle des critères de commerce équitable se concrétise.

71 WFTO (organisation mondiale du commerce équitable) remplace l'IFAT (international federation for alternative trade)

Reconnaissance du commerce équitable par l'Etat français

L'article 60 de la loi du 2 août 2005 sur les petites et moyennes entreprises donne une définition légale du commerce équitable [242].

« I.- Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

II.- Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.

III.- Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions définies ci-dessus sont reconnues par une commission dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance des personnes précitées sont définis par décret en conseil d'Etat. »

La commission nationale du commerce équitable (CNCE) dont le décret n° 2007-986 [243] définit les modalités de création est officiellement installée en avril 2010. Elle est chargée d'accorder une reconnaissance aux personnes qui veillent au respect des conditions de l'article de loi ci-dessus.

Normalisation du cadre du commerce équitable

En 2002, l'agence française de normalisation (AFNOR) a mis en place un groupe de travail chargé d'établir le cadre général du commerce équitable et de définir une norme. Faute d'y parvenir, c'est un « accord cadre » AC X50-340 [244] qu'a finalement présenté l'AFNOR. Celui-ci fixe les principes fondamentaux, complémentaires et indissociables du commerce équitable qui implique un « partenariat commercial, technique et social » entre les organisations du commerce équitable et les organisations de producteurs :

- l'équilibre de la relation commerciale ;
- l'accompagnement des organisations de producteurs au Sud ;
- les actions d'éducation et la dimension politique du commerce équitable.

Cet accord, publié en janvier 2006, a été signé par 51 organisations du commerce équitable. Il n'a pas de valeur normative, et engage seulement moralement les organisations qui en sont signataires. Il donne néanmoins une définition et un cadre pour les structures qui souhaitent développer des démarches de commerce équitable.

Systèmes de garantie du commerce équitable

Il existe trois types de garantie du commerce équitable : la garantie produit, la garantie organisation et la garantie filière [245].

1. **La garantie produit** (FLO (Max Havelaar), ECOCERT, BIO EQUITABLE) concerne essentiellement les produits agricoles. Les cahiers des charges sont définis par produit. Le processus de contrôle se réalise en deux étapes, auprès des organisations de producteurs par vérification de la bonne application du cahier des charges et au niveau des entreprises d'import, de transformation et de distribution par vérification que ces entreprises achètent et revendent bien les matières certifiées équitables (traçabilité).

FLO International, représenté par l'association **Max Havelaar** en France, appose ce logo sur des produits contrôlés comme issus du commerce équitable par FLO Cert.

ESR - ECOCERT délivre ce logo pour les produits agro-alimentaires, cosmétiques et textiles garantis commerce équitable.

Le logo BIO EQUITABLE est présent sur les produits importés par les entreprises membres de l'association « bio partenaire ». Ces produits suivent la garantie ECOCERT équitable (ESR).

2. **La garantie organisation** s'applique à des structures dont l'activité principale est le commerce équitable. Le référentiel contient les engagements de l'organisation et les contrôles portent sur ses pratiques. La garantie organisation est portée au niveau international par le WFTO [anciennement IFAT] qui regroupe des organisations de commerce équitable, de la production jusqu'à la distribution. Le respect du cahier des charges donne droit à l'apposition du logo FTO (fair trade organization). La vérification du respect des normes s'appuie sur : (i) une auto déclaration par les membres qui produisent un rapport sur leurs pratiques et le respect des normes ; (ii) une évaluation par des pairs et (iii) une évaluation par des tiers (audit annuel de 5 à 10% des membres par une organisation indépendante).

WFTO (ex-IFAT) délivre ce logo à des structures contrôlées et qu'elle reconnaît comme des « organisations de commerce équitable ».

3. **La garantie filière** garantit que l'ensemble des étapes de production sont conformes aux conditions équitables. En France, l'association Minga vise à garantir, au travers du système participatif de garantie qu'elle met en place, que les acteurs des filières concernées respectent bien le cahier des charges de l'association.



CHAPITRE 2 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE ESR « ÉQUITABLES, SOLIDAIRES ET RESPONSABLES »

Type de démarche



Le référentiel ESR (échanges équitables, solidaires et responsables) axé sur le commerce équitable a été élaboré en 2007 par ECOCERT, en concertation avec les représentants des filières (producteurs, fabricants, fournisseurs, distributeurs et consommateurs). Ce référentiel (label privé collectif) s'adresse à tout opérateur souhaitant valoriser des démarches concomitantes agriculture biologique et commerce équitable. Le référentiel ESR vise à répondre aux attentes des consommateurs inscrits dans des démarches citoyennes et globales et qui désirent acheter des produits respectueux de l'homme et de l'environnement.

Le rapprochement avec bio partenaire⁷² (et sa marque collective BIO EQUITABLE) a abouti à la définition d'un nouveau référentiel paru en février 2010 [246].

Echanges équitables, solidaires et responsables :

Le commerce **équitable** vise l'équité dans les relations commerciales, à garantir des droits aux producteurs et travailleurs désavantagés situés dans des pays en développement, et s'inscrit dans un processus de développement durable. Il garantit le respect des conditions sociales et un rééquilibrage des termes des échanges économiques.

La **solidarité** renvoie à la nécessité éthique d'agir face à la disparité croissante des niveaux ou qualités de vie, à l'engagement en faveur de la correction d'un fait inégalitaire, et au juste partage de la richesse produite le long d'une filière.

La **responsabilité** fait appel à la volonté d'agir en faveur du respect du droit et des équilibres sociaux, économiques et environnementaux au travers d'un projet de filière.

Champs d'application

Ce référentiel couvre un champ très large. Il s'applique aux matières premières, produits semi-finis et finis et concerne les produits agroalimentaires, cosmétiques et textiles qui répondent simultanément aux exigences de l'AB et de l'équitable ; il porte sur la production, l'importation et la transformation. Ce référentiel s'applique donc à tout opérateur exerçant une activité à un stade quelconque de la production, de la préparation ou de la distribution des produits agricoles, denrées alimentaires, produits cosmétiques ou textiles.

Objectifs de la démarche

72 L'association bio partenaire, porteuse des projets bio équitable et bio solidaire, réunit des PME soucieuses de produire dans le respect de démarches de production biologiques et du commerce équitable.

Membre récent de la plateforme française pour le commerce équitable (PFCE), ECOCERT a élaboré son propre référentiel de commerce solidaire, suite à une différence de conception qui opposait les tenants du mode de certification Max Havelaar et les défenseurs d'une certification plus large, à l'échelle de la filière. Par ailleurs, ECOCERT souhaitait dès le départ ne pas restreindre l'équitable au commerce Sud – Nord. Dès son lancement, les principaux objectifs affichés par ECOCERT concernent ; la garantie des prix minimum aux producteurs, la mise en place d'un fond social pour le financement de projets de développement, l'accompagnement technique et commercial des producteurs défavorisés par le développement de bonnes pratiques agricoles strictes.

L'objet du référentiel ESR revu en 2010 [246], est de définir les critères qui permettent d'assurer au consommateur et aux partenaires de la filière qu'un produit est issu de filières équitables, solidaires et responsables. Il garantit :

- Des échanges commerciaux équitables, dans une logique de développement durable.
- Une production et une transformation respectueuses de l'environnement et socialement responsables (produits issus de modes de production biologiques).
- Une information au consommateur et au grand public claire et transparente. La transparence de l'information vis-à-vis du grand public est l'un des fondements de la garantie proposée par le référentiel ESR. Elle s'organise en trois étapes : i) transmission à ECOCERT par les opérateurs, des informations concernant leurs activités, ii) les opérateurs peuvent souhaiter que certaines informations à caractère stratégique (information économique et nom du groupe de production) restent confidentielles, auquel cas elles ne seront pas accessibles au grand public, iii) transmission des informations au grand public via un descriptif de filière.

Le système de garantie et de contrôle mis en place par ESR a pour but :

- d'établir une démarche de développement durable par filière reposant sur un partenariat étroit avec des producteurs désavantagés ;
- d'apporter une garantie sur des projets alliant agriculture biologique et commerce équitable ;
- de renforcer la crédibilité du consommateur à l'égard du commerce équitable.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

ECOCERT est garant et gère le dispositif de la démarche. Les critères sociaux, économiques et environnementaux sont contrôlés tout au long de la filière. La mention « ECOCERT Equitable » garantit la transparence sur des produits à la fois biologiques et équitables.

2. Procédure de demande

La démarche ESR donne la priorité à des modes d'organisation et des logiques de développement qui placent le producteur au cœur de la relation commerciale et permettent un développement économique durable du projet (systèmes coopératifs ou d'autres formes d'organisations regroupant des producteurs). Les systèmes de « plantations » employant de la main-d'œuvre salariée n'entrent pas dans la logique ESR. Ce n'est que dans des cas exceptionnels et sur dérogation que ces systèmes pourront être éligibles.

La procédure de demande se fait en plusieurs étapes :



1. Demande d'attestation : après l'étude du référentiel, le(s) demandeur(s) formalise(nt) sa (leur) demande en remplissant le formulaire et en le renvoyant à ECOCERT.

2. Engagement : ECOCERT établit une proposition technique et commerciale spécifique. Si le devis est accepté, un engagement est pris auprès d'ECOCERT. Le porteur de projet, qui peut être un producteur ou un acheteur, est identifié. C'est lui qui organise les démarches liées à la certification.

3. Revue documentaire : elle est réalisée par le porteur de projet avec la collaboration de tous les opérateurs en vue de l'inspection par ECOCERT. Les opérateurs fournissent des informations concernant les activités qui sont sous leur responsabilité.

4. Evaluation : réalisée par un inspecteur ECOCERT, l'inspection permet d'évaluer la conformité par rapport aux exigences du référentiel. L'inspection d'évaluation donne lieu à un rapport revu par le service d'attestation ESR.

5. Attestation : les conclusions de l'inspection incluant la liste des écarts constatés sont adressées au demandeur. Après acceptation des conclusions et la prise en compte des remarques et demandes d'actions correctives, ECOCERT remet une attestation de conformité.

Une filière ESR doit reposer sur l'existence d'un accompagnement des producteurs et des travailleurs afin de les aider à mieux comprendre les conditions et les tendances du marché, et à développer des savoirs, des compétences, et des ressources. L'accompagnement doit avoir pour objectif le développement de l'autonomie des producteurs, dans une perspective de développement durable. Suivant les cas, le porteur de projet pourra être : soit l'entreprise à contrat de production, soit une organisation de producteurs, soit un acheteur de la filière désirent contribuer au développement économique et social du groupe de production.

Cahier des charges de la démarche

Le référentiel ESR d'ECOCERT définit les trois types d'exigences portant sur les produits issus du commerce équitable (version 15/02/2010) [246]: des exigences minimales que les opérateurs sont tenus de remplir pour s'engager dans la démarche ; des exigences générales que les opérateurs s'engagent à remplir au cours de la première année après leur engagement dans la démarche ESR et des exigences de progrès auxquelles les opérateurs doivent se conformer par des améliorations. Le référentiel est disponible gratuitement sur le site internet d'Ecocert [247].

Pour garantir la mise en place de filières durables, le référentiel ESR se base sur les quatre fondements suivants : partenariat, durabilité, développement et transparence.

Partenariat étroit et durable avec des producteurs ou des travailleurs (écoute des attentes, mutualisation, respect des cultures...);

Durabilité des relations commerciales et des engagements contractuels ; durabilité des systèmes de production à travers les principes de l'agriculture biologique ;

Développement d'une filière (appui technique, développement stratégique, investissements humains et financiers), pour œuvrer au développement d'une agriculture durable et au maintien du tissu rural, dans un objectif de développement social ;

Transparence afin d'accroître l'information et la sensibilisation des consommateurs sur les pratiques d'un commerce équitable, solidaire et responsable définies dans le présent référentiel (réalité et efficacité de la démarche, informations claires et détaillées).

Pour être conformes au référentiel ESR, les productions agricoles doivent être certifiées conformes à l'agriculture biologique par un organisme de certification accrédité ou agréé.

Le référentiel est basé sur 6 chapitres :

1. Objectifs, champs d'application, éligibilité.

Le référentiel ESR s'applique à tout opérateur des filières concernées qui s'engagent à ce que l'ensemble des activités ne soient pas en contradiction avec les démarches de production respectueuses de l'environnement ou en contradiction avec la démarche éthique (équitable, solidaire et responsable).

2. Exigences par rapport au caractère biologique du produit et règles de composition.

Les productions agricoles et produits alimentaires semi-finis et finis doivent être conformes à l'AB ; les produits de cueillette sauvage doivent être certifiés suivant un référentiel d'agriculture biologique par un organisme de certification accrédité.

Le produit fini doit être exempt de doublon (ne peut contenir un même ingrédient « équitable » et « non équitable »).

Pour pouvoir bénéficier de l'appellation commerce équitable, au moins 95% des ingrédients du produit fini doivent être d'origine équitable (hors eau, sel et additifs).

3. Equilibre de la relation entre les partenaires.

Le porteur de projet établit avec les bénéficiaires un programme d'action qui permet d'identifier les besoins en appui technique et les axes de développement.

L'acheteur développe un partenariat sur le long terme avec le groupe de production. Le contrat cadre contient au minimum l'objet et la durée du contrat, les engagements quantitatifs et qualitatifs, le prix minimum garanti, les mécanismes de fixation et d'évolution du prix d'achat, la logique de développement, les modalités de paiement des coûts de contrôle et les modalités de rupture de contrat.

Un préfinancement peut être accordé sous forme d'acompte par le premier acheteur si le groupe de production en fait la demande.

L'acheteur s'engage contractuellement sur un prix minimum garanti déterminé de manière concertée et consensuelle au travers de négociations transparentes. Ce prix minimum permet de couvrir les coûts de production, d'assurer au producteur une rémunération du travail et d'assurer la rentabilité de son activité (marges). Les prix d'achat sont fixés entre l'acheteur et le groupe de production avant chaque campagne.

Les premiers acheteurs versent au groupe de production un montant (au minimum égal à 5% du prix minimum garanti aux producteurs) qui permet d'alimenter un fond de développement. Ce fond doit être géré de façon transparente et responsable et être utilisé en faveur de l'ensemble des bénéficiaires.

4. Responsabilité sociale et environnementale.

Le travail forcé et le travail des enfants sont interdits.

Les travailleurs doivent travailler dans un environnement sûr et sain et les personnes vulnérables ne sont pas autorisées à effectuer des activités dangereuses. Les travailleurs doivent avoir accès à un point d'eau potable et à des installations sanitaires et un poste de premiers secours doit être opérationnel sur le lieu de production.

La rémunération des salariés est au moins égale au salaire minimum défini par le secteur et doit permettre de vivre aux personnes décemment de leur travail.

Les groupements de producteurs doivent avoir un fonctionnement démocratique.

Au niveau de la responsabilité environnementale, les exigences portent sur la conservation de la biodiversité, le renforcement de la fertilité et lutte contre l'érosion des sols.

5. Transparence de l'information.

La transparence de l'information vis-à-vis du grand public est un des fondements de la garantie proposée par le référentiel ESR.

6. Utilisation et étiquetage des produits équitables.

Les produits équitables sont soumis à des mesures de séparation pour éviter tout risque de mélange ou substitution avec des produits « non équitables ». L'ensemble des opérations doit être enregistré (traçabilité).

ESR et BIO EQUITABLE



Le logo BIO EQUITABLE est présent sur les produits importés par les entreprises membres de l'association bio partenaire. Ces produits suivent la garantie ECOCERT équitable (ESR).

La marque BIO EQUITABLE, propriété de l'association de petites et moyennes entreprises bio partenaire, permet de communiquer et informer de manière collective sur les démarches et les filières BIO EQUITABLE des adhérents. Pour pouvoir bénéficier de cette marque, il est nécessaire que les opérateurs : 1) soient contractuellement engagés avec ECOCERT dans le cadre du contrôle ESR selon le **cahier des charges ESR** et possèdent une attestation ESR des produits (semi) finis candidats à la marque BIO EQUITABLE et 2) adhèrent à l'association bio partenaire, à ses valeurs et à son fonctionnement (règlement intérieur).

Dans les filières BIO EQUITABLE, les projets sont initiés soit par le groupe de production (plantation, groupements villageois, coopératives ...), soit par l'importateur premier acheteur. Dans un cas comme dans l'autre, une filière BIO EQUITABLE ne peut se développer, et être attestée ESR, sans l'engagement réciproque initial de ces deux acteurs.

Avantages de la démarche

Pour les opérateurs, les points forts recensés par ECOCERT sont :

- un référentiel «tout terrain» permettant d'attester la plupart des produits (alimentaire, cosmétique, textile), sous réserve d'éligibilité ;
- la combinaison de critères économiques, sociaux, environnementaux et de transparence ;
- la complémentarité avec le bio : la double exigence bio + équitable permet une approche globale du développement durable ;
- un approche filière : tous les sites de production et de transformation sont audités une fois par an ;
- des coûts de contrôle et d'attestation indépendants des volumes de vente ;
- la capacité de coupler des contrôles afin d'optimiser les coûts et la mise en œuvre.

Pour les consommateurs, les points forts recensés par ECOCERT sont :

- des produits responsables ;
- des produits santé : «bon pour moi» ;

- des produits respectueux de l'environnement : « bon pour la planète » ;
- des conditions de vie des producteurs et travailleurs : « bon pour les autres » ;
- une compréhension de la filière : « où va mon argent ? ».

ESR dans l'Océan Indien

1. Les produits et opérateurs ESR dans l'Océan Indien

Tableau 17 : Produits et opérateurs détenteurs de l'attestation de conformité ESR (ou en cours d'attestation) dans l'Océan Indien

Produit	Opérateur Madagascar	Opérateur Comores
Cacao	Ethiquable	
Café	Sigma	
Clous de girofle	Golgemma	
Huiles essentielles	Golgemma; Seoam (HE de vétiver)	Huiles essentielles des Comores
Gingembre	Sigma	
Epices	Phael flor	
Sucre	Ethiquable	
Vanille	Golgema & Sorex	

2. Les filières BIO EQUITABLE vanille et girofle à Madagascar

Tableau 18 : Données du projet BIO EQUITABLE vanille et girofle Madagascar

Date de début du programme BIO EQUITABLE	2004
Nombre de bénéficiaires	1092 producteurs
Culture	vanille – girofler
Surface	500 ha
Entreprises engagées	Golgemma, Arcadie, Kaoka, Nature & aliments.

a. Historique du projet

Lors de la crise sur la vanille à Madagascar en 2001/2003, de nombreux petits producteurs malgaches de la région Manakara- Mananjary ont planté de la vanille. Mais la surproduction de vanille a entraîné une forte chute des cours 2 ans plus tard. La société GOLGEMMA (entreprise partenaire de BIO EQUITABLE) achetait déjà des clous de girofle et des huiles essentielles dans cette région. La plupart des producteurs de girofle produisaient également un peu de vanille. La société ARCADIE (également partenaire de BIO EQUITABLE) a suggéré à ce moment de structurer les filières pour produire de la vanille bio, du girofle bio et du poivre bio (ce dernier projet a été abandonné). L'entreprise d'exportation, habituée aux systèmes de certification, a permis le référencement extrêmement lourd de ces filières, situées sur les bords du Canal des Pangalanes sur plus de 200 km. Les critères de qualité ont été difficiles à mettre en place. Un partenariat avec l'institut Pasteur a alors été mis en place.

b. Partenaires locaux

Dans les partenaires du projet, une entreprise à contrat de production / exportation, PARAPHARMA, prépare la vanille, assure le séchage et le tri sur une période d'environ 9 mois jusqu'à ce qu'elle soit prête à l'export. Pour le poivre et le girofle, l'entreprise met en œuvre les procédures nécessaires à l'élaboration d'un produit de haute qualité (tri, séchage, conditionnement).

Des producteurs en associations paysannes pour 75% environ et des producteurs isolés et indépendants intègrent aussi le projet.

c. Enjeux

Les enjeux sont de développer la filière vanille en vendant plus de vanille sous la marque BIO EQUITABLE, permettant d'améliorer les conditions de vie des populations locales. Malheureusement le contexte est très peu favorable à cet enjeu. En effet, la vanille est un produit important pour différents pays dans le monde (principalement les USA) mais la visibilité de la marque BIO EQUITABLE n'existe pas dans ce pays. Les volumes vendus ne progressent pas. D'autre part, la très grosse surproduction mondiale tire les prix vers le bas, ce qui rend difficile le positionnement de la vanille BIO EQUITABLE.

L'évolution est donc plutôt dans la réduction des surfaces et dans l'augmentation des critères de qualité auprès des producteurs. Le respect des critères de l'agriculture biologique est acquis et a permis d'éviter l'action de certaines ONG qui proposaient l'utilisation du Gaucho (insecticide) sur différentes cultures dans l'environnement des vanilles et des girofliers.

d. Description du programme mis en place

Le programme est développé autour des actions suivantes :

(i) apport de critères d'hygiène dans la production de vanille et girofle ; (ii) mise en place de productions biologiques et formations sur les critères de ces productions ; (iii) partenariat avec la caisse de micro crédit TIAVO en finançant les locaux de deux agences en brousse, zones éloignées de tout grand axe jusqu'en 2009. Depuis d'autres axes pour le fond de développement ont été mis en place : financement de matériel, de

pirogue, aide à la plantation d'arbres, encadrement des associations paysannes.

3. Les filières patchouli et ravintasara

Tableau 19 : Données du projet BIO EQUITABLE patchouli et ravintasara à Madagascar [248]

Date de début du programme BIO EQUITABLE	Contrats de production depuis 2008 et ESR depuis janvier 2011
Nombre de bénéficiaires	1 plantation comptant 550 salariés
Culture	diversification de cultures sur une plantation de Cacao par des plantes à parfums telles que le patchouli (<i>Pogostemon cablin</i>), le ravintsara (<i>Cinnamomum camphora folium</i>), le palmarosa, le vétiver, le lemongrass
Surface	1400 Ha
Entreprises engagées	Golgemma (porteur de projet), Sens & bio (deuxième acheteur)

a. Historique du projet

Golgemma s'est engagé auprès des producteurs via des contrats de production depuis 2008. Les régions concernées sont le Nord-ouest de Madagascar dans la région d'Ambanja : Maragua, Thika, Embu, Kirinyaga, Kiambu, Nyeri, Nord de Murang'a. Ce projet a permis la mise en place progressive de nouvelles règles éthiques et professionnelles sur la plantation, de règles de sécurité au travail et d'hygiène, des contrats de travail (salaires et congés), d'un mode de représentation du personnel ainsi qu'un fond de développement destiné à l'amélioration des villages ouvriers, des latrines et d'une école.

b. Partenaires locaux

Pour l'instant, le projet ne comprend pas de partenaires locaux spécifiques à l'activité ou à la gestion du fond de développement. Cependant, Golgemma cherche à impliquer des ONG dans ce projet.

c. Enjeux

Enjeux économiques : investissements industriels sur place pour favoriser la transformation des matières premières en extraits divers (aujourd'hui seules des huiles essentielles sont fabriquées sur la plantation).

Enjeux sociaux : développement des démarches qualités pour répondre aux attentes qualité des importateurs et développement d'emplois qualifiés (responsable qualité à tous les niveaux, techniciens, ouvriers qualifiés).

Enjeux culturels : valorisation des métiers de l'agriculture, développement de formations, renforcement de

l'action des ONG locales.

Enjeux environnementaux : production bio et ESR, diversification des cultures, mise en place d'arbres, valorisation des zones vivrières en bio.

d. Description du programme

Le programme est développé autour des actions suivantes :

(i) pré financement des productions (si nécessaire) ; (ii) suivi et encadrement d'une démarche ESR ; (iii) stimulation des ONG locales et propositions de nouvelles productions de diversification ; (iv) valorisation d'une région par la diversité des cultures mises en place, réduction des risques liés aux fluctuations des cours des matières premières.

Un travail reste à mener sur la formation et les qualifications autour de l'agriculture spécialisée et de la transformation des matières premières.



CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DE LA DÉMARCHE D'ÉVALUATION FTA 2000 (FAIR TRADE AUDIT) D'ALTER ECO

Type de démarche



ALTER ECO est une des principales marques et centrale d'achats de produits équitables et un des précurseurs de la démarche en France, par le fondateur Tristan Lecomte. ALTER ECO propose plusieurs dizaines de produits alimentaires (café, thé, chocolat, sucre, produits à tartiner, jus, riz, quinoa, cœur de palmier, huiles d'olive, épice, couscous) et depuis peu, des produits cosmétiques (crème au karité, gel douche aux parfums originaux, etc..) conçus à partir de matières premières équitables.

La plupart des produits ALTER ECO sont labélisés Max Havelaar, mais la marque prend aussi les devants en proposant en 2001 sa méthodologie FTA 200 (fair trade audit, fondée sur 200 points de contrôle) pour évaluer la situation des centres de production et de transformation au Sud, que la filière produit soit ou non labellisée Max Havelaar.

Objectifs de la démarche

1. Objectifs Historiques

Le projet ALTER ECO est né en 1998. A l'époque l'ambition de Tristan Lecomte, fondateur d'ALTER ECO était de mettre en place un projet intégral et cohérent. L'enjeu : permettre à des personnes en réinsertion de travailler dans une petite boutique spécialisée dans la vente de produits du commerce équitable, dont les bénéficiaires financeraient un pôle d'associations de solidarité [249].

A cette époque, le commerce équitable étant encore trop peu connu du grand public, cette première boutique est difficile à rentabiliser et ne vend pas assez. Pour les producteurs, les débouchés générés sont très limités et le projet n'est pas viable. Tout le monde s'accorde à dire que le projet est « formidable » et qu'il faut « poursuivre dans cette voie » mais personne n'achète. Une deuxième boutique est alors ouverte, plus grande que la première mais les consommateurs ne sont pas au rendez-vous et ce n'est pas la tentative sur internet en 2000 qui permettra de faire émerger le commerce équitable [249]. Entre 2000 et 2002 la méthodologie FTA 200 voit le jour, les rencontres et les visites de coopératives se multiplient. Un enseignement important en sera tiré : les producteurs ont besoin de débouchés conséquents pour que le commerce équitable soit vraiment pertinent [249].

En 2002 et 2003, Monoprix, puis CORA et Coop d'Alsace mais aussi l'association Epice 77 sont les premiers à commercialiser la gamme transversale de produits ALTER ECO, composée alors de cafés, chocolats, riz et jus de fruits [249].

2. Objectifs Actuels

ALTER ECO affiche des objectifs de défense d'un modèle économique différent avec une agriculture biologique et familiale.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

ALTER ECO est une société anonyme qui chapeaute la démarche.

2. Procédure de demande

La procédure est décrite par ALTER ECO en six points :

- 1- enquête préalable (identification des zones de production à risque, identification des points stratégiques à auditer; mise en place des bases du système de notation et de reporting) ;
- 2- adaptation de la méthodologie suivant le profil et le projet du client ;
- 3- évaluation de terrain (5 jours pour un producteur par pays: critères, enquêtes et entretiens, visites des sites) ;
- 4- recommandations (mise en place des actions correctives) ;
- 5- suivi sur un an ;
- 6- re-audit.

La mise en oeuvre de la méthodologie est prise en charge par ALTER ECO.

3. Dispositif de contrôle et surveillance



La procédure FTA200 d'ALTER ECO est une méthodologie d'audit en 200 points. Cet outil permet d'évaluer la triple valeur ajoutée (économique, sociale et environnementale) de la filière dans son ensemble, du producteur individuel au port de départ du pays producteur, en passant par l'organisation productrice, la coopérative ou éventuellement l'unité de transformation, de conditionnement et l'exportateur.

La régularité des contrôles dépend des notes :

- une fois par an si note < 150 points ;
- tous les 18 mois entre 150 et 175 points ;
- tous les deux ans si note > 175 points.

Certains audits externes sont réalisés par un organisme externe mais ALTER ECO a décidé d'internaliser la procédure.

Cahier des charges de la démarche

La démarche se reporte au référentiel d'audit FTA 200. La grille d'audit est disponible sur internet [250]. Les critères sont divisés en deux catégories : les critères d'exigence (au nombre de 50, notés sur 2 points, une note inférieure à 1 pour une question est éliminatoire) et les critères de progrès (au nombre de 100, notés sur 1, une note globale de 50/100 doit être obtenue) [239].

Chaque catégorie comporte 3 rubriques [239] :

- **rubrique économique** (rentabilité, qualité, prix, logistique) : 80 points, 40% du total, 21 critères d'exigences, 38 critères de progrès ;
- **rubrique sociale** (conditions de production, de rémunération, besoins des bénéficiaires, ampleur du projet social, pérennité, transparence) : 100 points, 50% du total, 24 critères d'exigence, 52 de progrès ;
- **rubrique environnementale** (protection de l'environnement, intrants, production, gestion des déchets) : 20 points, 10% du total, 5 critères d'exigence, 10 de progrès.

Tous les produits ALTER ECO sont issus du commerce équitable. ALTER ECO s'engage sur le long terme avec les producteurs, paye un prix systématiquement supérieur aux cours du marché conventionnel, verse une prime de développement et propose aux coopératives un préfinancement gratuit des commandes [249].

Situation et niveau de développement de la démarche

1. Situation de la démarche

35 coopératives dans 30 pays travaillent sous la marque ALTERECO (ALTER ECO est la marque de commerce équitable la plus vendue dans la grande distribution).

2. Points forts

Les points forts sur la méthode FTA 200 sont [239] :

- c'est un outil pratique pour accompagner des acteurs du commerce équitable qui souhaitent mettre en œuvre les principes du développement durable (économique, social, environnemental) ;
- la méthode permet également d'établir un bilan des efforts effectués par les organisations de production ;
- c'est un outil d'analyse des risques pour ALTER ECO.

3. Points faibles

Les points faibles sur la méthode FTA 200 selon sont [239] :

- c'est avant tout une démarche interne d'évaluation et n'a de valeur que pour celui qui la met en œuvre;
- c'est un outil difficilement utilisable par des non-initiés (journalistes, responsables de magasins qui viennent accompagner les audits), et les conclusions difficilement abordables, devraient être simplifiées.

ALTER ECO dans l'Océan Indien

A notre connaissance, aucune démarche ALTER ECO n'a été recensée dans la zone Océan Indien.

CHAPITRE 4 : FAIRTRAIDE / MAX HAVELAAR

Type de démarche



Fair trade Max Havelaar est un label de commerce équitable. Il est aussi l'un des principaux acteurs du commerce équitable en tant que branche de l'association fair trade labelling organization international (FLO).

Objectifs de la démarche

1. Objectifs Historiques

L'association Max Havelaar est née au Pays Bas en 1988. Elle gère et promeut la marque fair trade Max Havelaar. La démarche fair trade Max Havelaar vise un marché de masse (positionnement des produits labélisés Max Havelaar dans de nombreuses GMS). Elle repose sur 4 piliers, permettant aux organisations de producteurs de prendre eux même leur avenir en main pour initier sur le long terme un développement économique, social et environnemental [251].

- La stabilité : garantie d'un prix minimum couvrant les coûts de production et permettant aux producteurs de faire vivre dignement leur famille.
- Le renforcement des organisations : versement d'une prime de développement permettant aux organisations d'améliorer les services proposés aux producteurs et d'investir pour leurs communautés dans des projets sociaux, économiques ou environnementaux.
- La démocratie et non-discrimination : les bénéficiaires du commerce équitable sont des petits producteurs parmi les plus défavorisés qui s'organisent de façon démocratique. L'organisation vise à favoriser la participation active de tous les membres, sans discriminations ; des élections assurent la représentativité de tous.
- Le droit des travailleurs : salaires décents, respect des droits, liberté syndicale et d'association au sein des exploitations agricoles engagées dans le commerce équitable.

2. Objectifs Actuels

L'objectif de Max Havelaar est de permettre aux producteurs des pays du Sud de lutter eux-mêmes contre la pauvreté et sa méthode est d'encourager les entreprises des pays développés à vendre des produits issus du commerce équitable et les consommateurs à passer à l'acte d'achat. L'association n'achète ni ne vend aucun produit. Elle certifie le caractère équitable des marchandises issues d'organisations de producteurs avec lesquelles elle travaille sur la base des standards internationaux établis par FLO. Ce sont les acheteurs qui versent un prix juste aux producteurs et une prime à leurs organisations.

3. Objectifs observés

Le bon fonctionnement de la démarche repose sur les engagements des opérateurs aval de la filière (distributeurs, fabricants, importateurs).

- Le distributeur, le fabricant et l'importateur s'engagent à **acheter les produits à un prix juste et stable** auprès d'organisations certifiées par FLO-Cert. Le prix minimum garanti est la clé de voute du système.
- Lorsque la coopérative de producteurs le demande, l'importateur accorde un **préfinancement des récoltes** pour assurer la collecte du produit auprès des agriculteurs membres. Ce préfinancement peut représenter jusqu'à 60% de la valeur du contrat et est attribuée à la demande des producteurs.
- Le distributeur, le fabricant et l'importateur garantissent un **engagement à long terme auprès des producteurs**.
- Le distributeur, le fabricant et l'importateur garantissent la parfaite traçabilité du produit et acceptent les contrôles de Flo Cert.

Cadre de la démarche

1. Garant et gestionnaire du dispositif de la démarche

FLO (fair trade international) est garant et gère le dispositif de la démarche. Il contrôle et vérifie régulièrement le respect des critères du commerce équitable auprès des producteurs au Sud ainsi que des revendeurs au Nord. Le label de qualité de FLO sur les produits garantit aux consommateurs que les standards du commerce équitable sont contrôlés et respectés. La mention « fair trade Max Havelaar » garantit la transparence sur les produits équitables tout au long de la filière.

Le rôle de l'association Max Havelaar [252] est de :

- faire appliquer et garantir le respect des **standards internationaux du commerce équitable** ;
- soutenir les **coopératives de producteurs** ;
- demander aux industriels de garantir un **prix juste** au producteur et un préfinancement des récoltes ;
- réduire au maximum les **intermédiaires** afin d'assurer la transparence des filières.

2. Procédure de demande

Tous les opérateurs (producteurs et négociants) désireux de cultiver, transformer, fabriquer, acheter et vendre des produits dans les conditions fair trade doivent déposer une demande de certification fair trade. Les autres opérateurs qui reçoivent ou gèrent les primes fair trade doivent également déposer une demande de certification fair trade.

Les négociants ayant obtenu la certification produit fair trade ne peuvent se fournir en produits fair trade

qu'après d'opérateurs également titulaires d'un certificat FLO-CERT. Il incombe au négociant respectif de vérifier que cette exigence est bien respectée par ses fournisseurs.

La procédure de demande se fait en plusieurs étapes :

1. Prendre contact avec FLO-CERT afin de faire une demande de candidature.
2. Après demande, FLO-CERT attribue une ID de demande de certification et envoie un kit de demande comprenant un formulaire de demande, des modèles supplémentaires, un guide informatif et un contrat de certification régissant les responsabilités et droits contractuels.
3. Le demandeur remplit le dossier de candidature et transmet une demande officielle de certification à FLO-CERT par l'intermédiaire du formulaire de demande sur lequel apparaît le numéro de ID attribué. Pour que la demande soit prise en compte, le formulaire de demande doit être accompagné du règlement des frais de demande (d'un montant de 525 € en 2012).
4. Evaluation de la demande par FLO-CERT à l'issue de laquelle FLO-CERT attribue une nouvelle ID et communique les résultats au demandeur. Si la demande s'avère positive en vue d'une certification éventuelle et si l'ensemble des documents demandés est complet et conforme, la demande est acceptée. Le demandeur sera informé de ce résultat dans les 30 jours suivant l'acceptation. En revanche, l'acceptation de la demande ne signifie pas forcément que le demandeur peut démarrer une activité fair trade.
5. L'audit initial s'effectue à réception du paiement. L'analyse est réalisée par un comité de certification composé de deux représentants des producteurs, de deux importateurs, de deux représentants d'associations nationales et d'un expert externe en certification. L'opérateur n'obtiendra la certification produit fair trade et ne recevra le certificat fair trade qu'après la réussite de l'audit initial sur site. « L'autorisation de commercialisation » sera délivrée si aucune non-conformité majeure n'est détectée durant l'audit initial de l'organisation de producteurs. En cas de non-conformités, le certificat complet sera délivré à l'opérateur lors de la résolution de toutes les non-conformités régulières, conformément aux échéanciers acceptables mentionnés dans la procédure de certification de FLO-CERT et dans un délai correspondant à la période de validité de l'autorisation de commercialisation.
6. Selon le document de relatif à la procédure standard de certification (mai 2012), certains critères de conformité sont valides dès le départ (temps 0) alors que d'autres ne le sont qu'après 3 ou 6 ans. Au cours de l'audit initial, seuls les critères de conformité avec un délai 0 sont contrôlés par l'auditeur sur site. Ces critères sont considérés comme des critères d'admission et doivent être remplis pour obtenir la certification initiale. Après la certification initiale, l'opérateur démarre le premier cycle de certification de 3 ans.

3. Dispositif de contrôle et surveillance

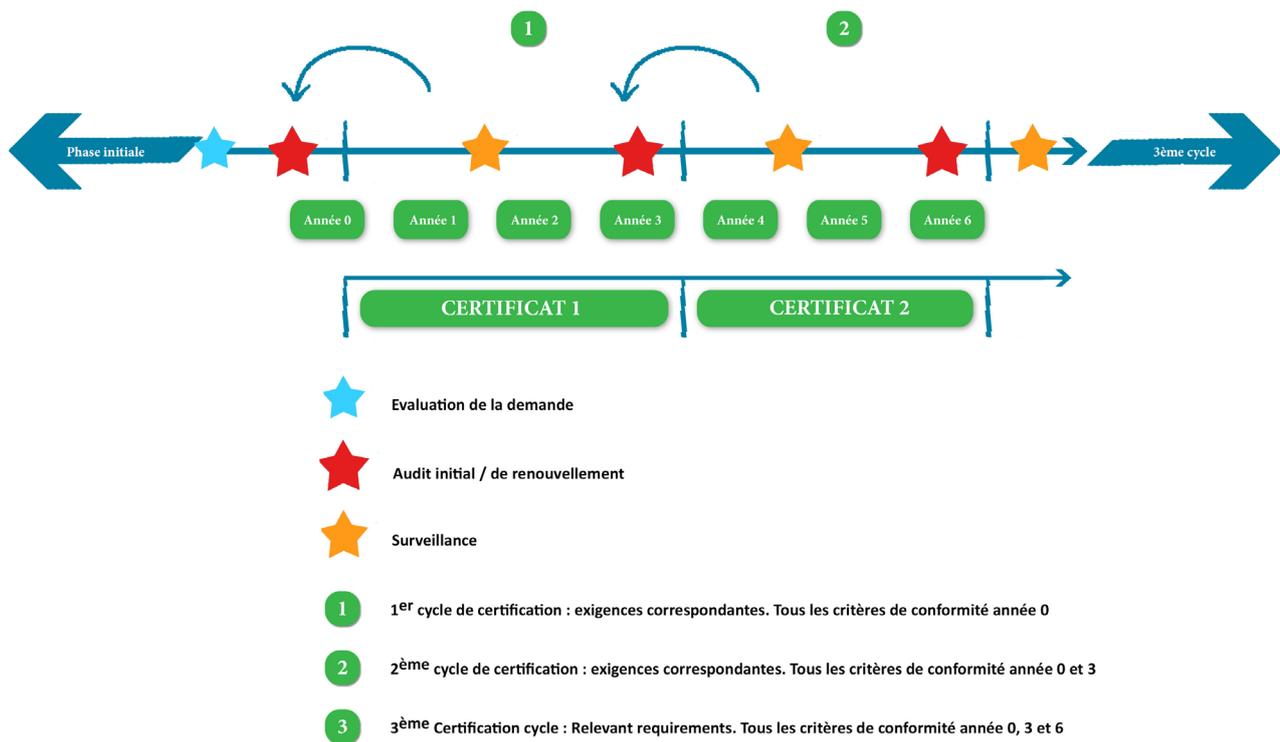


Figure 10 : Principe du cycle de certification de 3 ans [253]

L'audit des acteurs des filières équitables labellisées Max Havelaar est effectué par FLO-Cert (organisme de certification indépendant agréé ISO 65). Compte tenu du nombre souvent important de producteurs au sein des organisations de producteurs, FLO-CERT peut être amenée à faire une certification de groupe : vérification de l'organisation de producteurs et contrôles aléatoires d'un échantillon représentatif de producteurs.

Cahier des charges de la démarche

Les standards du commerce équitable sont les textes de référence du label. Ils définissent les conditions de production et de commercialisation des produits du commerce équitable et donnent à chacun des acteurs des droits et des devoirs. Pour définir ces standards, FLO travaille pendant deux années sur le terrain en collaboration avec les producteurs de la filière concernée. Ils sont ensuite approuvés par un comité spécifique qui réunit à part égale producteurs, acteurs commerciaux et représentants des associations nationales de commerce équitable membres de FLO.

Il existe trois types de standards :

- **les standards génériques** qui sont relatifs aux organisations de producteurs et à celles qui dé-

pendent d'une main-d'œuvre salariée. Ils s'appliquent à l'ensemble des produits et doivent être respectés par tous les producteurs et opérateurs ;

- **les standards spécifiques** qui traitent les questions relatives à chaque produit ;
- **les standards commerciaux** qui fixent la relation entre les producteurs et les commerçants. Ils sont spécifiques à chaque produit.

Les standards sont la clef de voûte du label. Ils définissent les droits et devoirs de chacun des partenaires du commerce équitable et s'articulent en des « exigences minimales » et des « exigences de progrès ».

Les standards correspondent aux cahiers des charges du système. Ils définissent les conditions dans lesquelles les producteurs cultivent, s'organisent et vendent leur récolte. Ces critères sont définis au niveau international en concertation avec les producteurs et les différentes parties prenantes.

Les standards distinguent deux types de critères.

- **Des critères « centraux »** auxquels tous les producteurs doivent répondre dès la 1ère année de certification, couvrant les aspects fondamentaux du commerce équitable (santé et droit des travailleurs, modalité de gestion de la prime de développement, protection de la biodiversité, absence d'OGM, etc.). La non-conformité à l'un de ces critères engendre une sanction et nécessite une action corrective pour maintenir la certification.
- **Des critères de « développement »** auxquels les producteurs doivent répondre dans des délais définis et sur lesquels ils doivent obtenir un score minimum afin d'être en conformité. Ce système permet aux producteurs d'investir en premier lieu dans les domaines qu'ils ont identifiés comme étant prioritaires tout en continuant à progresser dans d'autres secteurs.

Les standards sont organisés en quatre chapitres.

- **Critères généraux** : correspondent aux critères qui relèvent du processus de certification et du champ d'application des standards.
- **Commerce** : critères portant sur les conditions de vente des produits fair trade. Les différents sujets abordés correspondent à ceux trouvés communément dans les standards internationaux du commerce : flux de marchandises, traçabilité, règles contractuelles.
- **Production** : critères de production durable et éthique, incluant notamment des critères sur les conditions de travail et sur l'environnement.
- **Activités commerciales et développement** : critères spécifiques au système fair trade, dont l'objectif est de mettre en place les bases de l'autonomisation des producteurs et du développement. Ces critères introduisent notamment le plan de développement fair trade, l'usage de la prime de développement, ou encore portent sur le processus de prise de décision démocratique.

Situation et niveau de développement de la démarche

Le label fair trade Max Havelaar est le label le plus ancien et le plus connu pour les produits issus du commerce équitable. Max Havelaar France est l'une des 21 associations qui représentent le label international fair trade Max Havelaar. Le label fair trade Max Havelaar est présent auprès des consommateurs de 70 pays. Il permet à des producteurs et travailleurs de 63 pays de vivre de leur travail, unis au sein de 905 organisations. La fédération fair trade International (FLO) en est le point nodal [251].

Produits fair trade Max Havelaar dans l'Océan Indien

Quelques produits de l'Océan Indien sont labélisés fair trade Max Havelaar : gousses de vanille de Madagascar et des Comores, épices, nectars, fruits (notamment litchis), artisanat. Ils sont commercialisés en Europe au travers des points de vente tels que : Carrefour, Champion, Couleurs Sud, Express, Intermarché, La Pachamama, Magasins du Monde, Oxfam, Spar, etc.

CHAPITRE 5 : DESCRIPTION DE LA MARQUE COLLECTIVE CES - MADAGASCAR

Type de démarche

Le label CES (commerce équitable solidaire) est une marque collective garantissant aux consommateurs que les produits achetés sont issus d'une structure qui s'est engagée au respect et à l'application des principes du commerce équitable et solidaire.

Le label CES est réservé uniquement aux membres de l'ANCESM (association nationale de commerce équitable et solidaire de Madagascar), et peut être utilisé sous forme :

- de marque promotionnelle et publicitaire pour toutes les activités entrant dans les activités de l'utilisateur et pour tous les produits et/ou services offerts par l'utilisateur ;
- d'étiquette ou tout autre objet dans les documents commerciaux ou autres de l'utilisateur ;
- d'enseigne.

L'ANCESM a déposé à l'office malgache de la propriété intellectuelle (OMAPI) le label CES.

Objectifs de la démarche

Les principes de la démarche sont :

- de meilleures conditions d'échange en assurant des relations directes, durables et transparentes entre les intervenants ;
- le respect de la transparence dans le fonctionnement et incitation à la prise de responsabilité ;
- l'attention à la qualité des produits ;
- une juste rémunération du travail des producteurs et artisans ;
- un réinvestissement d'une partie des marges bénéficiaires au niveau des communautés locales des producteurs (activités sociales et productives) ;
- le refus de toute forme d'exploitation des travailleurs et d'exploitation des enfants en respectant les droits fondamentaux des personnes ;
- le processus participatif dans la prise des décisions ;

- le respect de l'égalité des sexes ;
- la préservation de l'environnement pour le bien-être de la planète.

Cadre de la démarche

ANCESM, association nationale du commerce équitable et solidaire de Madagascar, est une association œuvrant pour la promotion et le développement du commerce équitable à Madagascar. Elle regroupe différents acteurs (producteurs, exportateurs, points de vente et organismes d'appui) dont la philosophie est de travailler ensemble pour atteindre le même objectif : promotion et développement du commerce équitable à Madagascar; favorisant ainsi une interaction entre membres et facilitant leur relation à d'autre structure du commerce équitable.

L'association est née le 14 novembre 2007 à partir d'une réflexion initiée en 2005, menée par la réalisation des ateliers régionaux auxquels ont participé les acteurs potentiels du commerce équitable.

Actuellement, l'association est constituée de 60 membres répartis dans 10 régions de Madagascar dont 25 dans la région Analamanga, 9 dans la région Vakinankaratra, 5 dans la région Amoron'i Mania, 5 dans la région Haute Matsiatra, un dans la région Analanjirofo, 2 dans la région Alaotra Mangoro, 9 dans la région Atsinanana, 2 dans la région Vatovavy Fitovinany, un dans la région Itasy et un dans la région Androy. Tout organisme souhaitant adhérer à l'association doit soumettre une demande auprès du secrétariat technique suivi d'évaluation initiale et de l'approbation du conseil d'administration et en fin de l'assemblée générale.

Association Nationale du Commerce Equitable & Solidaire de Madagascar
B.P 9041-A- Malaza –
Andoharanofotsy Antananarivo
Tél : 261 20 22 570 96
info@ancesm.org
www.reggioterzomondo.org



CHAPITRE 6 : DESCRIPTION DES DÉMARCHES DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET SOCIÉTALE DES ENTREPRISES

D'autres normes de portée plus large peuvent s'appliquer à différents maillons de la chaîne de production agricole et agroalimentaire. Les entreprises peuvent mettre en place des systèmes de management liés à la responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise.

C'est l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises dans leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. Ces démarches prennent en compte la dimension interne (gestion des ressources humaines, santé et sécurité au travail, adaptation au changement, gestion des retombées sur l'environnement et la gestion des ressources naturelles) et la dimension externe (communautés locales, partenaires commerciaux, fournisseurs et consommateurs, droit de l'homme, préoccupations environnementales à l'échelle planétaire).

SA 8000 – justice sociale et conditions de travail

SA 8000 est un référentiel privé développé à l'initiative de l'agence américaine SAI (social accountability international anciennement CEPAA), agence d'accréditation et de certification fondée par le conseil des priorités économiques (institut de recherche américain sur la responsabilité sociale des sociétés).

C'est un code global, s'appliquant dans n'importe quel pays et n'importe quel secteur. Il est opérationnel depuis 1998 et est géré par SAI.

SA 8000 comprend des standards pour assurer les droits humains élémentaires des travailleurs. C'est également un système de certification. Cet engagement est volontaire. Il existe 2 options d'utilisation de SA 8000 : soit la certification (pour les unités de production), soit l'intégration au SA 8000 CIP (corporate involvement program) qui existe depuis 1999 (actuellement peu développé). Le CIP s'adresse aux organismes qui produisent et/ou à ceux qui produisent et qui vendent. Il se divise en 2 temps avec la mise en place du standard puis le reporting. Le référentiel SA 8000, basé sur 11 conventions de l'OIT (organisation internationale du travail), la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la convention sur les droits de l'enfant, a été développé par des entreprises, des ONG et des syndicats. Les normes sont régulièrement révisées.

Le référentiel comprend 9 catégories, déclinées en critères : (1) travail des enfants, (2) travail forcé, (3) hygiène et sécurité, (4) liberté syndicale et droit à la négociation collective, (5) discrimination de genre, (6) pratiques discriminatoires (quant aux libertés religieuses, syndicales...), (7) temps de travail, (8) rémunérations, (9) systèmes de management.

Les points forts répertoriés sont les suivants [239] :

- SA 8000 représente les premières normes internationales vérifiables sur les droits et le respect de l'individu au travail ;

- le système est global et applicable à beaucoup de secteurs, quel que soit le pays ;
- un syndicat, une ONG ou un individu peut apporter la preuve de la non-conformité ;
- les organismes certificateurs qui achètent les licences pour certifier SA 8000 sont en général reconnus.

Les points faibles à améliorer répertoriés sont les suivants [239] :

- **les critères sociaux sont difficiles à harmoniser du fait des différences culturelles. Ils sont souvent objet de débats.** En outre, tous les pays ne sont pas signataires des recommandations de l'OIT
- il y a des réticences par rapport à ce système: reproches à l'égard de l'émetteur de la norme de s'être auto proclamé normalisateur social universel : c'est un référentiel privé élaboré par un organisme privé ;
- la composition du comité consultatif de SAI pose question (critères de sélection inconnus, présence de grandes firmes qui se font labelliser) ;
- il s'agit davantage d'une vérification de conformité à un référentiel bien qu'elle se veuille une norme de certification.

ISO 26000 – responsabilité sociétale des entreprises

Le projet de créer une norme internationale de RSE (responsabilité sociétale des entreprises) a été initié par l'organisation internationale ISO, en mai 2004 à Stockholm. La norme a été publiée le 1er novembre 2010. L'ISO 26000 fournit aux organisations des directives harmonisées sur la responsabilité sociétale, approuvées sur le plan international, inspirées des meilleures pratiques et dans la ligne des déclarations et conventions adoptées dans ce domaine par les Nations Unies et ses institutions spécialisées, en particulier par l'organisation internationale du travail (OIT). Le référentiel ne spécifie pas des exigences permettant d'utiliser la norme 26000 à des fins de certification.

Les objectifs de la norme sont :

- guider les organismes dans la prise en charge des responsabilités sociétales ;
- proposer un cadre pour permettre la responsabilité sociétale ; identifier et dialoguer avec les parties prenantes et crédibiliser la communication à propos de la responsabilité sociétale ;
- valoriser les résultats obtenus ;
- améliorer les liens avec les clients, par un accroissement de la satisfaction et de la confiance ;
- faire la promotion d'une terminologie unique au sujet de la responsabilité sociétale ;

- assurer la cohérence avec les documents existants et les autres normes ISO.

SD 21000 – France AFNOR

SD 21000 est une norme publiée en mai 2003 par l'AFNOR. C'est un guide de bonnes pratiques qui s'applique à toutes les entreprises voulant garantir leur pérennité, limiter les risques économiques, sociaux, environnementaux, industriels et intégrer l'éco conception dans ses bonnes pratiques (des éléments existent déjà pour les entreprises cotées en bourse, le SD 21000 semble se destiner plutôt aux sociétés non cotées en bourse). SD 21 000 est l'application nationale de la norme internationale ISO 26 000 [254].

OHSAS 18000 – occupational health and safety management

OHSAS 18000 [255] n'est pas une norme internationale mais un référentiel privé qui ne peut donner lieu à l'émission d'un certificat accrédité. Présenté officiellement en avril 1999 au Royaume Unis, il bénéficie cependant d'une reconnaissance véritablement internationale.

L'entreprise doit établir, mettre en œuvre, tenir à jour et améliorer de façon continue, un système de management de la santé et de la sécurité au travail, pour éliminer ou réduire au minimum les risques pour le personnel et les autres parties prenantes qui pourraient être exposés à des risques pour la santé et la sécurité liés aux activités de l'entreprise.

Pour en savoir plus : <http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/>



PARTIE 6 : LES DÉMARCHES QUALITÉ DANS LA POLITIQUE QUALITÉ DE L’OCÉAN INDIEN

Quelle est la démarche la mieux appropriée à ses besoins spécifiques ? Comment mettre en place une démarche ? Comment appuyer les opérateurs pour la mise en place de démarche qualité ?

Les phases de réflexion et de mise en œuvre d’une démarche de qualité méritent d’être soutenues et accompagnées. Une politique de qualité alimentaire dans l’Océan Indien se doit donc de proposer une boîte à outils soutenant les démarches qualité, ainsi qu’un dispositif d’incitation et d’accompagnement. Cette politique doit donner le cap pour les filières de la zone et ceci passe notamment par des réflexions sur des stratégies globales, novatrices et de long terme telles que la mise en place d’un label Océan Indien. Cette partie donne des éléments pour approvisionner la réflexion sur la construction d’une politique de qualité dans l’Océan Indien : (i) tout d’abord en montrant le processus de réflexion nécessaire à la mise en place d’une démarche par les opérateurs. Cette partie permet de replacer les démarches au sein des différents enjeux afin d’identifier quelles démarches sont appropriées aux enjeux de la zone. Se dessine alors une boîte à outils avec une gamme de démarches pertinentes pour la zone. L’objectif est aussi d’éclairer les différents besoins en termes d’accompagnement des opérateurs pour dessiner les contours d’un futur dispositif d’accompagnement des opérateurs dans la mise en place des démarches qualité. (ii) La deuxième partie donne les premières pistes pour l’ébauche d’une politique cohérente à partir de cette boîte à outil. Comment proposer une politique avec des démarches complémentaires et répondant aux besoins de la zone sans créer de la confusion auprès des opérateurs et des consommateurs. Un des écueils possible de cette réflexion est que les démarches soutenues dans le cadre d’une politique peuvent se nuire entre elles au lieu de fonctionner en synergie si le choix des démarches n’a pas été fait dans son ensemble. (iii) Enfin, pour stimuler les échanges de la zone et mutualiser les efforts de chaque île dans un outil commun pour la visibilité internationale, le label Océan Indien assurerait la cohésion et structurerait le co-développement des pays de la zone autour d’une stratégie commune. Cette option peut prendre différentes formes qui sont présentées en dernière partie.

Mettre en place une démarche qualité : un processus de réflexion stratégique pour la filière

Mettre en place une démarche qualité demande au préalable d’établir un diagnostic sur les objectifs que l’on cherche à atteindre et d’évaluer sa structure pour identifier la démarche qui correspond le mieux à ses besoins. Voici quelques pistes pour orienter cette réflexion.

1. Les objectifs d’une démarche de qualité

Les démarches ne répondent pas toutes aux mêmes objectifs. Les objectifs concernent globalement la filière, la gestion, la maîtrise de la qualité ou la commercialisation. L'analyse des différentes expériences de démarches qualité dans l'Océan Indien montre que les choix qui déterminent l'engagement dans une démarche sont très vastes. Une démarche peut présenter des objectifs très variés.

Tableau 20 : Les objectifs des démarches qualité.

Objectif général	Objectifs spécifiques	Démarches associées
Filière	Structuration de filière	Agri Confiance®,
	Fédération d'un collectif d'acteurs d'une même filière autour d'un objectif commun	IGP, AOP- AOC, label rouge, (CCP dans certains cas), commerce équitable
Gestion	Conciliation du respect de l'environnement et de la rentabilité économique	Agri Confiance®, agriculture raisonnée
	Professionnalisation	Agri Confiance®, agriculture raisonnée
	Outil progrès	Agri Confiance®, agriculture raisonnée, CCP, ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001
	Outil de pilotage global et stratégique de l'entreprise, de cadre de travail et d'outil d'aide à la décision	Agri Confiance®, agriculture raisonnée, ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, RSE
	Amélioration de ses performances	Agri Confiance®, agriculture raisonnée, ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001
	Formalisation des pratiques dans un cahier des charges	agriculture raisonnée, IGP, AOP- AOC, label rouge, CCP
	Mettre en place un cadre et une approche de management éprouvés dans son entreprise	Agri Confiance®, ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001
	Gérer les relations avec ses parties prenantes	ISO 14001, RSE
Maîtrise qualité	Construction et maîtrise de la qualité	BRC, IFS, GlobalGAP, IGP, AOP- AOC, label rouge, CCP
	Garantie de traçabilité	BRC, IFS, GlobalGAP, IGP, AOP- AOC, label rouge, CCP, AB, commerce équitable
Commercialisation	Différenciation et segmentation commerciale	IGP, AOP- AOC, label rouge, CCP, AB, commerce équitable
	Positionnement sur marché de niche	IGP, AOP- AOC, label rouge, (CCP dans certains cas), AB, commerce équitable
	Plus-value potentielle (mais pas systématique)	IGP, AOP-AOC, label rouge, (CCP dans certains cas), AB
	Accès à certains marchés de masse génériques (grande distribution, grossiste,)	BRC, IFS, GlobalGAP
	Valorisation de l'origine locale d'un produit (avec tout ce que cela évoque fraîcheur des produits, réactivité et adaptation face à la demande locale, création d'emploi et retombées économiques, lien à la terre)	mentions valorisantes (PPR)
	Cibler la stratégie marketing sur des attentes de consommateurs bien identifiées (santé, bien être, environnement, qualité, éthique, société...)	agriculture raisonnée, IGP, AOP- AOC, label rouge, AB, PPR, commerce équitable
	Communiquer plus efficacement avec ses clients notamment à l'international grâce à des outils et langages communs	ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001

2. Evaluer sa structure pour mettre en place une démarche qualité

Décider de mettre en place une démarche qualité est un choix stratégique qui va dépendre : (i) des démarches qui sont accessibles de par sa nationalité, son statut, ses activités ; (ii) des exigences de ses acheteurs et des marchés que l’on veut continuer à satisfaire ou conquérir ; (iii) de la stratégie d’entreprise ou de groupe (filiale, groupe industriel, groupement de producteurs, coopérative) ou de territoire ; (iv) de la stratégie marketing ; (v) du secteur et du domaine d’activité (amont, aval, production, transformation, fruit et légume, filière porcine, aquaculture,...), ainsi que des capacités humaines, techniques et financières pour la mettre en œuvre.

Pour identifier les démarches accessibles à sa structure, il faut lister les démarches possibles selon sa nationalité, son statut et ses activités.

Le tableau 22 récapitule les démarches appropriées pour quatre stratégies de marché différentes: marchés à l’export, marchés locaux, marchés de niche et satisfaire ou conquérir des marchés aux demandes spécifiques.

Tableau 21 : Classification des démarches qualité par origine et type de demandeur

Nationalité et type de demandeur	Producteurs	Collectifs de producteurs	Entreprises (transformateur, exportateur)	Tous
Comores	GlobalGAP	GlobalGAP IGP AOP-AOC label rouge	BRC IFS	ISO 9001 ISO 22000 ISO 14001 OHSAS 18000 SA 8000 ISO 26000 Max Havelaar BIO EQUITABLE
Madagascar	GlobalGAP IGP AOP-AOC label rouge	BRC IFS	BRC IFS IG	
Maurice	GlobalGAP IG	GlobalGAP IG IGP AOP-AOC label rouge	BRC IFS IG	
Réunion	GlobalGAP agriculture raisonnée HVE CCP PPR montagne produit fermier	GlobalGAP Agri Confiance® IGP AOP-AOC label rouge CCP	BRC IFS CCP	
Seychelles	GlobalGAP	GlobalGAP IGP AOP-AOC label rouge	BRC IFS	

Tableau 22 : Démarches appropriées selon la stratégie de marché visée

Stratégie de marché	Démarche appropriée
Satisfaire des marchés à l'export	BRC, IFS, GloablGAP sont requis pour certains marchés spécifiques et notamment les grands distributeurs et importateurs européens. ISO 9001, ISO 14001 et ISO 22000 peuvent être des passeports à l'international car ils donnent une reconnaissance sur les capacités de la structure à répondre aux demandes du client.
Satisfaire ou conquérir des marchés locaux	ISO 9001, ISO 14001 et ISO 22000 donnent une reconnaissance sur les capacités de la structure à répondre aux demandes du client. La qualification en agriculture raisonnée, CCP, Agri Confiance®, mentions valorisantes (PPR, montagne et produits fermiers) permettent de se positionner sur le marché local à La Réunion. Selon les réglementations nationales, les IG peuvent être des outils pour se positionner sur le marché local.
Satisfaire ou conquérir des marchés de niche	AOP-AOC,IGP, label rouge, AB, Max Havelaar, bioéquitable permettent de segmenter l'offre pour répondre à un marché précis. Selon les réglementations nationales, les IG peuvent être des outils pour se positionner sur un marché de niche.
Satisfaire ou conquérir des marchés aux demandes spécifiques	OHSAS 18000, SA 8000, ISO 26000. Les demandes en termes de garantie sociale et sociétale des structures émergent d'acteurs très différents (grand, petit, privé, public) et de marchés différents (export, locale, niche, masse).

La stratégie de la démarche doit s'inscrire dans la stratégie plus globale de la structure, du groupe auquel elle appartient (filiale, groupe industriel, groupement de producteurs, coopérative) ou du territoire dans lequel elle s'intègre.

Voici quelques questions auxquelles certaines démarches se proposent de répondre:

- est-ce que des réflexions collectives sont engagées pour maîtriser la qualité sanitaire au sein d'une filière? Si oui, l'ISO 22000 peut y répondre.
- est-ce que des réflexions collectives sont engagées pour structurer un maillon de la filière autour de la qualité ? Si oui : les démarches CCP, label rouge, IG, IGP, AOC-AOP peuvent y répondre.
- est-ce que des réflexions collectives sont engagées pour apporter une démarche d'efficacité entre des acteurs de la production agricole et une structure organisée de production agricole ? Si oui : Agri Confiance® peut y répondre.
- est ce que le territoire et/ou un groupe de producteurs souhaite(nt) créer un réseau technique autour d'un outil de progrès dans les exploitations agricoles ? Si oui : l'agriculture raisonnée peut y répondre.

- est ce que le territoire et/ou un groupe de producteurs souhaite(nt) travailler sur des enjeux environnementaux ? Si oui : l'agriculture raisonnée et l'agriculture biologique peuvent répondre à des enjeux de protection des bassins versants et/ou de constitution de périmètre règlementé au niveau de captage. L'AB peut répondre à des questions sur l'approvisionnement des restaurations collectives en bio.
- est ce que le territoire et/ou un groupe de producteurs souhaite(nt) protéger et valoriser la notoriété d'un produit liée à son origine ? Si oui : les démarches IG, IGP, AOP-AOC peuvent y répondre.
- est ce que le territoire et/ou un groupe de producteurs souhaite(nt) démarquer les produits locaux des exportations ? Si oui : la mention valorisante produit pays y répond.

Le choix de la démarche doit prendre en compte la stratégie marketing de la structure. Deux grands cas de figure apparaissent ici selon la stratégie de communication :

- la démarche doit passer par une communication aux acheteurs (business to business) pour répondre à leurs exigences et pour leur donner confiance en apportant des garanties par des preuves (IFS, BRC, EUREPGAP), communiquer sur l'efficacité de ces systèmes de management (ISO 9001, 22000, 14001, Agri Confiance®) ou communiquer sur ses engagements et sa responsabilité sociale et sociétale (OHSAS 18000, SA 8000 et ISO 26000)
- la démarche doit passer par une communication directement au consommateur (business to consumer) pour segmenter son offre de produit et communiquer sur les qualités et spécificités particulières de son produit (label rouge, CCP) ou pour protéger et valoriser une marque, un savoir-faire, une notoriété et/ou l'origine des produits (IG, AOP-AOC, IGP, PPR, montagne, fermier), communiquer sur son mode de production (AB, et agriculture raisonnée dans certains cas) ou sur une démarche éthique et équitable (Max Havelaar, BIO EQUITABLE)

Il faut prendre en compte le secteur et le domaine d'activité de l'entreprise. Des fiches proposées dans le cadre du réseau QualiREG et disponibles sur le site internet de QualiREG [256], permettent d'évaluer le domaine d'application pour chaque démarche. La stratégie adoptée dépendra aussi de la taille, des capacités humaines, techniques et financières pour la mettre en œuvre et de son organisation.

A titre d'exemple nous pouvons identifier pour les **opérateurs de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche** : exploitations, coopératives agricoles, organisations de producteurs, de pêcheurs ; les petits opérateurs et grands opérateurs :

Les **petits opérateurs** opteront plutôt pour (i) une stratégie d'adaptation au marché générique avec GlobalGAP pour l'export vers les distributeurs de l'Europe et la possibilité d'une certification collective ; (ii) une stratégie de différenciation et de communication sur leur mode de production avec l'agriculture raisonnée ; ou (iii) une stratégie de segmentation individuelle ou collective avec label rouge, IGP, AOC-AOP, CCP, AB, marque collective, Max Havelaar, BIO EQUITABLE.

Les **grands opérateurs** effectueront les mêmes choix énoncés ci-dessus complétés éventuellement par le développement d'une marque basée sur ses référentiels propres. Et simultanément ou non, ils peuvent mettre en place (i) une certification ISO 9001 pour l'organisation et le management de l'entreprise orientés vers la satisfaction des clients ; (ii) une certification ISO 14001 pour attester de leur management environnemental ; ou (iii) une démarche Agri Confiance® entre la structure organisée de production agricole et ses adhérents.

Concernant les **entreprises agroalimentaires**:

Les **petites entreprises** opteront plutôt pour (i) des démarches répondant aux acheteurs de la grande distribution de l'Europe : IFS et BRC; ou (ii) une stratégie de segmentation de leur offre: CCP, AB, marque collective, Max Havelaar, Bioéquitable.

Les **grandes entreprises** effectueront les mêmes choix énoncés ci-dessus complétés éventuellement par le développement d'une marque basée sur ses référentiels propres. Et simultanément ou non elles peuvent mettre en place (i) une certification ISO 9001 pour l'organisation et le management de l'entreprise orientés vers la satisfaction des clients ; (ii) une certification ISO 14001 pour attester de leur management environnemental ; ou (iii) une certification ISO 22000 pour démontrer son aptitude à maîtriser les dangers liés à la sécurité des denrées alimentaires.

Vers une politique de qualité dans l'océan indien

La politique de qualité de l'Océan Indien doit se construire sur l'analyse des démarches déjà existantes dans le monde. Ce benchmarking⁷³ croisé avec l'état des lieux des démarches présentes dans l'Océan Indien permet de proposer des pistes pour la politique de qualité. Elles sont ici présentées. Nous reprenons les deux grands types de démarches « business to business » et « business to consumer » qui sont complémentaires et doivent faire l'objet d'outils et de dispositifs d'appui spécifiques pour élaborer une politique cohérente.

1. Les démarches business to business (BtoB) pour le marché entre professionnels : fluidité des échanges, compétitivité et développement économique

Assurer la « sécurité des aliments » est un objectif assigné à l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire. La façon d'y parvenir a fondamentalement évolué au cours des deux dernières décennies, qui ont consacré la mise en place et la montée en puissance de nouvelles approches en matière de réglementations (avec notamment la nouvelle approche réglementaire européenne). Ces nouvelles réglementations changent les règles du jeu sur les principaux marchés mondiaux et entraînent des modifications dans les filières du monde entier. Cette nouvelle approche non prescriptive et axée sur la responsabilité des exploitants, fixe les objectifs généraux sans imposer de moyens aux professionnels pour les atteindre. A charge pour eux de les définir et de les appliquer. C'est l'obligation de résultats versus l'obligation de moyens. Les objectifs sanitaires sont d'ordre réglementaire, donc obligatoires ; les moyens d'y parvenir sont d'ordre normatif, donc d'application volontaire. La caractéristique du système est de laisser une marge de manœuvre importante aux professionnels, sur lesquels repose l'essentiel de la maîtrise : c'est le principe de la « responsabilisation active » [237].

Pour y répondre, nous avons vu dans ce rapport que les exigences et démarches se sont multipliées, quelles

73 Cette méthode consiste à analyser les performances d'une organisation sur un facteur clé de succès donné et à rechercher une base de comparaison qui donnerait à l'organisation la possibilité d'améliorer son degré de maîtrise de ce facteur clé de succès 257. Detrie, J.-P., Strategor : Politique générale de l'entreprise. 2005..

soit publics ou privés. Les opérateurs sont obligés de naviguer dans cette profusion de référentiel et doivent parfois mettre en place plusieurs de ces référentiels pour répondre à leur marché. La gestion en interne peut devenir complexe si le management de ces démarches ne peut pas être intégré. Enfin les coûts et les temps liés à ces démarches sont parfois difficilement supportables par les structures.

Le soutien aux démarches de business to business comme les démarches GlobalGAP, IFS et BRC s'avère donc incontournable. Le secteur de l'export vers la grande distribution et importateurs de grands différends marchés et notamment le marché européen oblige de facto la mise en place de ces démarches privées. Il est donc important de mettre en place un environnement favorable pour le développement de ces démarches par des aides, des formations et des appuis à la certification. Le bénéfice sera d'autant plus important pour le secteur alimentaire de l'Océan Indien que ces démarches s'appuient sur un socle commun de bonnes pratiques, sur la méthode HACCP et sur la mise en place d'un système qualité qui se retrouvent à la base de nombreuses démarches.

Les autres démarches BtoB telles que l'agriculture raisonnée ou Agri Confiance® ont montré qu'elles s'intégraient dans des objectifs de stratégie de filière : outils de progrès et de professionnalisation pour la première et de structuration autour d'une démarche qualité des filières intégrées pour l'autre. Ces deux démarches ne sont présentes qu'en France (et notamment à La Réunion). Elles sont une source d'enseignement pour un travail de réflexion sur la création d'un outil spécifique à l'Océan Indien sur ces modèles. Il faut noter cependant que la création d'une démarche entraîne un coût de communication pour informer les opérateurs qui est non négligeable.

Les démarches ISO (9001, 14001 et 22000) restent des démarches volontaires. Mais au vu du nombre croissant de structures à être certifiées dans le monde, elles sont amenées à devenir un outil de différenciation. Appuyer les structures à mettre en place des certifications ISO, c'est offrir un avantage compétitif. Même s'il n'y a pas dans les normes d'obligation de résultats, la certification donne des informations positives aux clients sur la structure : engagement de la direction, organisation du système pour répondre à son client, état d'esprit, organisation optimisée de l'entreprise qui est capable de se remettre en question et de progresser. Pour les clients, la certification peut être un critère de choix de leur fournisseur. De plus, beaucoup de structures estiment qu'un système de management bien mené assure l'amélioration continue de la structure.

2. Démarches business to consumer : positionnement face au consommateur et valorisation des produits

Concernant les démarches de communication au consommateur, les expériences notamment européennes nous enseignent sur la nécessité de réfléchir à un dispositif clair et cohérent dès la conception. Pour éviter la confusion du consommateur, il est important de limiter le nombre de démarches et d'offrir des démarches avec une identité claire, simple et forte. Pour permettre d'offrir aux filières les outils adéquats, le choix des démarches qualité doit se faire dans son ensemble et favoriser la complémentarité des démarches (et donc un effet synergique) plutôt que la compétition entre les démarches (et donc un effet négatif). C'est une combinaison de démarches qualité qui doit être définie, d'autant que ces démarches doivent répondre aux demandes croissantes des consommateurs.

En Europe, dans les pays développés ou dans les capitales des pays en développement, les tendances lourdes d'évolution de l'alimentation vont vers une industrialisation de l'alimentation, une diminution de la part du

revenu consacrée à l'alimentation, une part croissante des achats effectuée en grande et moyenne surface, et une diminution du temps consacré à la cuisine et à la préparation des repas [258]. On constate aussi, sur une partie des consommateurs, dans certaines occasions et pour certains produits, un faisceau de « nouvelles attentes » qui peuvent aller à l'encontre de ces tendances lourdes, mais qui concernent des parts de marché réduites (niches de marché) [208]. Par exemple, l'attention croissante portée à la santé [258], à l'environnement, à la gastronomie, peut se traduire à la fois par l'achat d'aliments, de produits « santé forme », de produits de terroir, de produits de « qualité supérieure », de produits biologiques, de produits diététiques. Ces tendances ne concernent pas forcément les mêmes consommateurs ni les mêmes segments de marché, mais certains de ces produits sont partiellement substituables entre eux. Les produits engagés dans des démarches de qualité s'intègrent donc dans un univers de produits alimentaires, répondant à ces « nouvelles attentes » des consommateurs. Pour y répondre ils peuvent faire appel à plusieurs catégories de produits de qualité spécifique, plus ou moins substituables entre eux. L'expérience des dispositifs français et européen à ce sujet est une source d'enseignements.

Les **signes officiels de qualité et d'origine** mis en place dans l'Union Européenne et en France tendent à répondre à ces attentes. Ce n'est pas une réponse opportuniste et récente à des stratégies de segmentation de marché, mais résulte d'une œuvre de longue haleine, entreprise dès le début du XXe siècle en France, et visant à se doter d'instruments de compétitivité, par la qualité et l'origine, au bénéfice des consommateurs, des professionnels et de l'aménagement du territoire [44]. Le conseil national de l'alimentation français dans son avis n°45 du 30 octobre 2003 [259], tout en soulignant l'intérêt des signes de qualité officiels pour le développement économique à long terme, reconnaît que la cohérence du positionnement des signes nationaux les uns par rapport aux autres reste posée, en sus des réglementations française et européenne. Pour le consommateur, la présence de très nombreuses mentions et signes relatifs à la qualité introduit une certaine confusion. En France, parmi les signes de qualité officiels, les consommateurs citent spontanément le label rouge pour 43 %, le logo AB pour 18 %, l'AOC étant citée par 12 % d'entre eux. En revanche, la certification de conformité produit et les indications géographiques protégées sont inconnues de la plupart des consommateurs, en France comme en Europe. Du côté des opérateurs, en plus des objectifs attendus, des externalités positives sont reconnues à ces démarches. En effet le processus de certification engage les opérateurs à formaliser leurs pratiques et à mettre au point des procédures internes de gestion de la qualité qui peuvent être réinvesties dans d'autres domaines, au service du développement [208]. Ce sont donc des retombées positives pour les filières.

En dehors des signes de qualité officiels, les producteurs peuvent aussi utiliser la **notion de marque, individuelle ou collective**, avec un cahier des charges privé. Les marques collectives sont accessibles à toutes les entreprises qui adhèrent à un règlement ou à un cahier des charges. Elles ont un effet structurant sur la filière dont elles améliorent la qualité de prestation, l'image de marque, la mobilisation des producteurs et des équipes techniques, l'organisation et la compétitivité [208].

Une politique de qualité basée sur des signes officiels ou des outils pour communiquer auprès du consommateur doit donc être réfléchie de manière globale pour ne pas induire la confusion pour le consommateur. Cette réflexion doit s'inscrire dans le temps et le dialogue pour permettre à une stratégie complète et aboutie de voir le jour. Au-delà d'une segmentation de produit, la stratégie basée sur les labels est aussi un outil de structuration des filières, de développement économique et rural.

Vers un Label Océan Indien ?

Pour stimuler la politique qualité de la région Sud-ouest de l'Océan Indien, un label Océan Indien est une option intéressante et souvent citée par les décideurs politiques. Elle permettrait de mettre en place une stratégie de co-développement basée sur la promotion et la certification des produits issus des îles du Sud-ouest de l'Océan indien, intégrant les Comores, Madagascar, Maurice, La Réunion et les Seychelles. Plusieurs scénarios sont envisageables selon les objectifs que l'on souhaite mettre derrière un tel label : (i) un label technique de normalisation qui faciliterait les échanges ; (ii) un label régional d'identification de l'origine et de la qualité pour promouvoir les produits de la zone à l'export ; (iii) un label qui fédère les efforts de qualité des opérateurs de la zone pour soutenir la compétitivité des filières locales.

1. Un label technique pour les échanges régionaux

La différence de réglementations, de standards et de normes nationales entre les îles de l'Océan Indien est un des principaux freins aux échanges locorégionaux. À l'image d'autres intégrations régionales, l'harmonisation et la mise en place de normes communes faciliteraient les échanges. En amont d'un label, un travail sur les cadres réglementaires, juridiques et institutionnels dans lesquels s'inscrivent les politiques de qualité alimentaire de chaque pays doit permettre d'évaluer le degré d'homogénéité ou d'hétérogénéité des cadres entre les îles. Les différents systèmes de droit existants dans la zone (civiliste, issu du common law, droit coutumier, religieux et systèmes bijuridiques) nous font d'emblée émettre l'hypothèse d'une forte hétérogénéité entre les cadres des différentes îles. En première action, une collaboration forte entre les comités nationaux du Codex alimentarius et en lien avec les institutions concernées de La Réunion pourrait permettre d'aller dans le sens d'une harmonisation des standards de la zone. Parallèlement, un travail sur le rapprochement des organismes de normalisation existants peut permettre de renforcer et d'harmoniser les normes techniques. Cette collaboration sous forme de plateforme entre institutions pourra, à terme, élaborer des normes communes à l'image de l'expérience des démarches CCP qui a permis d'adapter le travail de normalisation du secteur industriel au monde agroalimentaire. La mise en place de normes de produit inspirées de la démarche CCP faciliterait les échanges de produits sur lesquelles les caractéristiques seront consensuelles, connues et reconnues.

2. Un label régional pour la valorisation de la qualité et de l'origine

Mutualiser les efforts pour promouvoir les produits originaires de l'Océan Indien à l'export est une autre voie complémentaire de collaboration entre les îles. Plusieurs alternatives sont alors possibles : (i) une valorisation de l'origine via une marque collective réunissant des professionnels de la zone ou (ii) une marque de certification mise en place par la COI accessible à tous les opérateurs qui réunissent les conditions requises.

Dans le cas d'une marque collective, un long travail de dialogue et de recherche d'identité de la marque est nécessaire. L'action collective qui sous-tend cette marque doit pouvoir reposer sur les intérêts à la fois individuels et collectifs. Le fonctionnement et l'animation du groupe sont les deux clés de voûte qui permettront à la marque de réussir. C'est un grand défi à relever car le sujet soulève des questions délicates telles que la concurrence entre opérateurs, le respect de l'identité des produits de chaque opérateur et la construction d'une identité collective. Cette identité doit à la fois refléter les caractéristiques du groupe, répondre aux marchés et séduire les consommateurs. L'expérience de la marque collective Nou La fé à La Réunion entre les

industriels Réunionnais et l'ADIR⁷⁴ est à ce titre intéressante. Le bénéfice d'une telle démarche est important car la mutualisation des efforts décuple l'effet de promotion des produits sous la marque. Mais pour y arriver, l'équilibre est fragile et reste déterminé par la construction d'un cahier des charges commun qui intègre des dimensions de qualité et son respect par les opérateurs.

Dans le cas d'une marque de certification, la définition et la gestion incombent à un organisme externe comme la COI par exemple. Cette dernière pourrait construire un outil de qualité qui réponde aux objectifs de sa politique de qualité alimentaire. Mais un travail sur les droits juridiques de cette marque est nécessaire pour voir les conditions de sa mise en œuvre. De plus, une harmonisation des systèmes d'accréditation et d'analyse est nécessaire pour garantir le même niveau de contrôle dans et entre les pays.

3. Un label de reconnaissance des professionnels sous démarche

Pour soutenir la compétitivité des filières de la zone, plusieurs stratégies sont envisageables : une démarche qui certifie l'origine « Océan Indien » pour identifier les produits locaux sur le marché régional et une démarche qui promeut et accompagne les entreprises sous démarches qualité pour les marchés régionaux et d'export. A l'image de la mention valorisante développée à La Réunion sous l'appellation produit pays Réunion, la COI peut mettre en place une mention valorisante pour les produits « Océan Indien ». Un travail juridique est alors nécessaire pour identifier les conditions de mise en œuvre d'un tel outil inspiré des mentions valorisantes françaises. Cet outil ne sera reconnu que si le cadre et la réglementation qui l'entoure sont forts et accompagnés d'un dispositif de contrôle reconnu, opérationnel et efficace.

Une reconnaissance et un appui des opérateurs qui s'engagent dans la qualité peuvent être envisagés en s'inspirant de la démarche ISO 9001. Ainsi, par secteur ou filière, des travaux de la COI sur des Manuels Qualité donneraient des outils techniques et commerciaux aux opérateurs pour améliorer et communiquer sur la qualité. Le manuel comporterait alors des guides techniques allant de la production à la distribution avec la description des normes existantes pour le produit et éventuellement une nouvelle norme régionale. Au-delà de données techniques, le manuel pourrait aider globalement la filière à produire de la qualité grâce au concept de la norme ISO 9001. Au travers de procédures, d'enregistrements et d'audits internes, le manuel accompagne les opérateurs de la filière. Un tel manuel peut être élaboré dans le cadre de programme qualité de la COI par les professionnels avec l'appui de spécialistes techniques.

74 Association pour le Développement Industriel de La Réunion

Conclusion

La présentation des différentes démarches qualité montre un panel d'une quarantaine d'outils possibles pour répondre aux enjeux de la zone Océan Indien. Nous pouvons apprécier le recul pris sur certaines démarches déjà présentes dans la zone au travers des expériences des opérateurs. Au travers des points forts et des points faibles, ce rapport offre quelques éléments de réponse aux acteurs qui cherchent à s'engager dans une démarche. Les perspectives ressenties par la majorité des acteurs, sont un accroissement de l'application de ces démarches. Hors, des barrières existent encore : difficultés pour l'accès à l'information, manque d'accompagnement, coût, multiplication des référentiels pour une même structure, manque de visibilité sur la demande du marché et les perceptions du consommateur, incertitude sur l'évolution de certains référentiels (en particulier, manque de lisibilité pour le futur des démarches en matière d'environnement, d'éthique, de sociale et de société).

Un cadre est donc nécessaire pour ces démarches et ce rapport propose des pistes pour un cadre régional. Ces différents outils peuvent être combinés et seraient des éléments structurants de la politique de qualité. Une étude technique et économique approfondie doit chiffrer les coûts de mise en place de ces dispositifs à l'échelle régionale et s'assurer que ces outils n'entraîneront pas de frais excessifs pour les opérateurs et notamment ceux de taille petite et moyenne. Les démarches qualité présentées ici montrent leur potentiel pour répondre aux enjeux multiples de la zone. Les entretiens avec les opérateurs de la zone déjà engagés dans des démarches soulignent bien que ce potentiel ne peut s'exprimer que si un cadre clair et complet, accompagné d'un dispositif de soutien, est présent. Ces éléments doivent traduire une politique engagée et volontariste de la COI pour le développement stratégique de ses filières alimentaires.



Lexique

Accréditation : Acte par lequel une « instance reconnue à cet effet par l'autorité administrative », le Comité français d'accréditation ou tout autre organisme reconnu équivalent (conformément aux dispositions de la norme NF EN 45011), reconnaît la conformité d'un organisme certificateur aux exigences des dispositions de la norme NF EN 45011 (loi n°99-574 du 9 juillet 1999 d'orientation agricole, décret et arrêté susvisés).
Action corrective : action visant à éliminer la cause des non conformités.

Action de maîtrise : toute intervention et activité à laquelle on peut avoir recours pour prévenir ou éliminer une perte de conformité du produit. Cela peut être une action préventive ou une correction (action corrective) qui sera appliquée lorsqu'une action de surveillance* aura montré que la valeur cible* n'est pas atteinte.

Action préventive : facteurs techniques, actions, ou activités utilisées pour prévenir une non-conformité.

Action de surveillance : action programmée d'observation ou de mesure afin de déterminer si un point à maîtriser est maîtrisé. Cette surveillance peut être assurée par des autocontrôles effectués par l'opérateur lui-même, des contrôles internes effectués par le service qualité, par exemple, des essais de produits etc.

Agrément : acte, par lequel l'autorité administrative (pour la France, il s'agit des ministres chargés de l'agriculture et de la consommation) autorise un organisme certificateur à délivrer pour un ou des produits, soit des labels agricoles, soit des certificats de conformité, soit des certificats du mode de production biologique, soit plusieurs de ces certifications (Arrêté du 20 juin 2001 fixant les conditions de délivrance de l'agrément des organismes certificateurs de denrées alimentaires et de produits agricoles non alimentaires et non transformés).

Audit : examen méthodique et indépendant en vue de déterminer si les activités et les résultats satisfont aux dispositions préétablies et si ces dispositions sont mises en œuvre de façon effective et sont aptes à atteindre les objectifs.

Cahier des charges : document de référence spécifiant des exigences pour chaque étape du produit permettant de s'assurer que le produit ou le processus ou le système est conforme aux exigences sur laquelle la certification est fondée. Ce document est considéré comme la base sur laquelle s'opère la certification.
Certification : procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service est conforme aux exigences spécifiées.

Conformité : satisfaction à une exigence, par exigence il convient d'entendre une exigence spécifiée dans le cahier des charges.

Contrôle : activités telles que mesurer, examiner, essayer ou passer au calibre une ou plusieurs caractéristiques d'une entité, et comparer les caractéristiques aux exigences spécifiées en vue de déterminer si la conformité est obtenue pour chacune de ces caractéristiques.

Demandeur : partie, pouvant être une entité ou une personne ayant la responsabilité de la demande de

certification envers l'organisme certificateur.

Opérateur : Toute personne physique ou morale qui participe, directement ou indirectement, à une activité de production, d'élaboration, de transformation ou de conditionnement d'un produit. Le demandeur peut être un opérateur. (Arrêté du 03 juillet 2007 relatif au guide des bonnes pratiques en matière de certification)

Organisme certificateur : « organisme qui procède à la certification »

Ils sont chargés de la certification des produits agricoles et des denrées alimentaires, ils sont accrédités par le COFRAC ou par un autre organisme reconnu comme répondant à des exigences équivalentes et agréés par les pouvoirs publics pour délivrer soit des labels agricoles, soit des certifications de conformité, soit des certifications du mode de production biologique, soit plusieurs de ces certifications.

Organisme de Défense et de Gestion (ODG) : correspond au fournisseur au sens de la norme NF EN 45011. Il s'applique aux démarches de certification sous signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO).

Plan de contrôle : partie du dossier de la demande d'agrément de l'organisme certificateur qui décrit l'ensemble des mesures prises pour assurer la confiance dans la conformité des produits au cahier des charges, y compris la description de la fréquence, des personnes responsables de leur application, etc. Le plan de contrôle comprend trois éléments :

- un plan de contrôle d'évaluation, d'admission, d'habilitation

- un plan de surveillance ou de suivi comporte un ensemble articulé d'actions menées en interne par l'ODG ou l'opérateur dépendant de lui (plan de maîtrise et de contrôle interne) et d'actions externes réalisées par l'organisme certificateur d'une part pour s'assurer de la bonne réalisation du plan de contrôle interne et d'autre part pour mener les contrôles complémentaires indispensables à la vérification de la conformité du produit (plan de contrôle externe)

- un plan de correction.

Point à maîtriser : est à identifier à chaque fois qu'il y a nécessité d'une action de maîtrise essentielle pour prévenir ou éliminer une perte de conformité du produit.

Valeur cible : critère défini par l'entreprise lors de la mise en place de son plan qualité et utilisé par un opérateur dans le but d'assurer la conformité du produit. Ce critère correspond à l'objectif souhaité lors du déroulement des opérations de fabrication. Il est déterminé de telle manière que, compte tenu des différentes caractéristiques du procédé de fabrication, de l'imprécision des mesures, etc. le produit reste conforme.

Les adresses utiles

Vous recherchez un organisme certificateur ou un centre de formation ? Vous souhaitez identifier une association ou un expert pour vous accompagner sur la mise aux normes de votre production ? Vous cherchez des partenaires impliqués en Agriculture Biologique ou sur les CCP ?

Un annuaire 100% Web interactif et cartographique

C'est pour répondre à ces questions pratiques et valoriser la diversité des offres proposées par les acteurs de l'Agribusiness dans l'océan Indien que nous avons créé le réseau «Agro OI».

Agro OI, votre nouveau portail 100% Web dédié aux acteurs de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire dans l'océan Indien, recense presque 2000 organismes, projets, outils de financements et personnes.



Agro OI est une plate-forme Web interactive et collaborative conçue pour permettre aux acteurs de **l'Agriculture et de l'Agroalimentaire dans l'océan Indien de trouver des collaborateurs publics et/ou privés**. Comprendre «qui fait quoi» et l'historiser à l'échelle de la région est un pré-requis afin de développer et de pérenniser les collaborations initiées au travers des multiples projets de coopération menés dans la zone. Agro OI a été conçu par la start-up réunionnaise eKoal en partenariat avec le CIRAD Réunion/Mayotte. La plate-forme est soutenue par 3 projets de coopération régionale océan Indien (QualiREG, e-PRPV et IRACC). Reposant sur le logiciel innovant **eKoal-IT**, elle mise sur l'interactivité à travers la mise à disposition d'une base de données de plus de 2000 acteurs. Y sont référencés des organismes ainsi que leurs sous-entités fonctionnelles (services, laboratoires, unités de recherche, etc.) mais également des projets, outils de financements et personnes.

En savoir plus...

<http://agro-oi.org/>

LE RÉSEAU QUALIREG : POUR LA QUALITÉ DES ALIMENTS ET LA VALORISATION DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES DE L'Océan Indien

QualiREG est le réseau de coopération régionale entre les acteurs du monde agroalimentaire en Océan Indien qui se sont regroupé autour d'une charte commune pour améliorer et valoriser la qualité des produits et les efforts de co-développement dans l'Océan Indien. QualiREG rassemble 12 organismes publics et privés de La Réunion et 20 partenaires de Madagascar, des Comores, de Maurice et des Seychelles. QualiREG bénéficie de l'appui financier de la Région Réunion, de l'Union Européenne et de l'Etat français pour la période 2009-2012.

Information sur les auteurs

Caroline GLOANEC

CIRAD- UMR112 Systèmes d'élevage Méditerranéens et Tropicaux
Ingénieur agroalimentaire et développement rural, valorisation et qualités alimentaires

Vincent PORPHYRE

CIRAD- UMR112 Systèmes d'élevage Méditerranéens et Tropicaux
Vétérinaire- Coordinateur du réseau QualiREG en Océan Indien

Cellule d'animation du réseau QualiREG Tel : +262.2.62.49.92.55
CIRAD- Station Ligne-Paradis Fax : +262.2.62.49.92.95
7 chemin de l'IRAT, F-97410 Saint Pierre Site internet : www.qualireg.org
Email : coordination-qualireg@qualireg.org

Citation : Gloanec C. et Porphyre V. 2012. Les démarches de qualité dans les filières alimentaires en Océan Indien : Quelles réponses face aux enjeux des filières agroalimentaires de l'Océan Indien. Rapport de synthèse. Réseau QualiREG. St Pierre de la Réunion (France). 38p.



Ce rapport est un produit du réseau QualiREG en Océan Indien. Les opinions exprimées dans ce rapport représentent les points de vue de leurs auteurs. Ce rapport ne reflète pas nécessairement l'opinion de la Commission européenne, du Conseil Régional de La Réunion, de l'Etat français ou des autorités des pays concernés.



© 2012 CIRAD- www.qualireg.org
Tous droits de traduction, de reproduction par tous procédés, de diffusion et de cession réservés pour tous pays.

Table des illustrations

FIGURES

FIGURE 1 : SCHEMA DE LA PROCEDURE DE DEMANDE D'UNE IGP	82
FIGURE 2 : SCHEMA DE LA PROCEDURE DE DEMANDE D'UNE AOC	93
FIGURE 3 : SCHEMA DE LA PROCEDURE DE DEMANDE D'UNE AOP	94
FIGURE 4 : SCHEMA DE LA PROCEDURE DE DEMANDE LABEL ROUGE	105
FIGURE 5 : FICHE CONTACT LABEL ROUGE ANANAS VICTORIA ET LETCHI DE LA REUNION	115
FIGURE 6 : SCHEMA DE LA PROCEDURE DE DEMANDE CCP	123
FIGURE 7 : PROCEDURE D'OBTENTION DE L'AUTORISATION D'UTILISER LA DENOMINATION « PRODUIT PAYS REUNION »	135
FIGURE 8 : PROCEDURE D'OBTENTION DE L'AUTORISATION D'UTILISER LA DENOMINATION « MONTAGNE»	142
FIGURE 9 : REPRESENTATION DES ACTEURS DANS LES FILIERES CONVENTIONNELLES ET AB	181
FIGURE 10 : PRINCIPE DU CYCLE DE CERTIFICATION DE 3 ANS	228

TABLEAUX

TABLEAU 1 : LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE DÉMARCHE QUALITÉ.	18
TABLEAU 2 : NOMBRE TOTAL D'EXPLOITATIONS QUALIFIEES AGRICULTURE RAISONNEE A LA REUNION PAR AN DE 2005 A 2010	39
TABLEAU 3 : PRESENTATION DES DIFFERENTES NORMES ET OUTILS SELON LEURS AVANTAGES ET PAYS	54
TABLEAU 4 : LES TYPES DE MIEL DOMINANTS PAR REGION	67
TABLEAU 5 : RECAPITULATIF DES 4 GROUPES «INTENTIONS STRATEGIQUES» IDENTIFIES [16]	120
TABLEAU 6 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE CCP VIANDE DE PORC FRAICHE	128
TABLEAU 7 : DESCRIPTION DE LA DEMARCHE CCP POULET JAUNE FRAIS ENTIER ET DECOUPE	129
TABLEAU 8 : LISTE DES FILIERES ENGAGEES DANS LA DEMARCHE « PRODUIT PAYS REUNION » [155]	139
TABLEAU 9 : LES DIFFERENTS TYPES D'AGRICULTURE BIOLOGIQUE A LA REUNION ET LEURS PRINCIPALES MODALITES	162
TABLEAU 10 : PRODUCTIONS ARBORICOLES ENQUETEES EN 2009	163
TABLEAU 11 : PRODUCTIONS MARAICHERES ENQUETEES EN 2009	164
TABLEAU 12 : PRODUCTIONS DE PLANTES A PARFUM AROMATIQUES ET MEDICINALES ENQUETEES EN 2009	165
TABLEAU 13 : PRODUCTIONS ANIMALES/ ENQUETEES EN 2009	165
TABLEAU 14 : PRODUITS TRANSFORMES PAR PRODUCTEURS /CHIFFRE D'AFFAIRES (CA) GLOBAL : 60 605 € ENQUETEES EN 2009	166
TABLEAU 15 : LES DIFFERENTS TYPES D'AGRICULTURE BIOLOGIQUE A MADAGASCAR ET LEURS PRINCIPALES MODALITES	172
TABLEAU 16 : QUANTITÉ DE PRODUITS (KG) CERTIFIÉS AB PAR ECOCERT À MADAGASCAR EXPORTÉS EN 2008, 2009 ET 2010.	178
TABLEAU 17 : PRODUITS ET OPERATEURS DETENEURS DE L'ATTESTATION DE CONFORMITE ESR (OU EN COURS D'ATTESTATION) DANS L'OCEAN INDIEN	216
TABLEAU 18 : DONNEES DU PROJET BIO EQUITABLE VANILLE ET GIROFLE MADAGASCAR	216
TABLEAU 19 : DONNEES DU PROJET BIO EQUITABLE PATCHOULI ET RAVINTASARA A MADAGASCAR	218
TABLEAU 20 : LES OBJECTIFS DES DEMARCHES QUALITE.	236
TABLEAU 21 : CLASSIFICATION DES DEMARCHES QUALITE PAR ORIGINE ET TYPE DE DEMANDEUR	237
TABLEAU 22 : DEMARCHES APPROPRIEES SELON LA STRATEGIE DE MARCHE VISEE	238

Bibliographie

1. Entretien ECOCERT, Antenne d'Antananarivo. 2011.
2. Gloanec, C. and V. Porphyre, Les démarches de qualité dans les filières alimentaires en Océan Indien : Quelles réponses face aux enjeux des filières agroalimentaires de l'Océan Indien- Rapport de synthèse. 2012, QualiREG (Cirad). p. 38.
3. Séminaire «Codéveloppement durable des îles de la Commission de l'Océan Indien», Synthèse. 2008, COI, Région Réunion et UE: St Denis de La Réunion.
4. 1er Salon International «Agribusiness on the move». 2008: Maurice.
5. 1er atelier régional sur la qualité en agroalimentaire dans l'Océan Indien. 2007, CIRAD: La Réunion.
6. Les 3èmes rencontres du pôle de compétitivité Qualitropic « Innover pour gagner outre- mer ». 2008.
7. Dabat, M.-H., B. Pons, and S. Razafimandimby Des consommateurs malgaches sensibles à la qualité du riz. *Économie rurale*, 2008. 308.
8. Azam J.-P., B.C., La formation du prix du riz : théorie et application au cas d'Antananarivo. *Revue économique*, 1995. 46(4): p. 1145-1166.
9. Minten, B., Vivre avec des prix alimentaires variables : une analyse du marché urbain d'Antananarivo. *Cahier de la Recherche sur les Politiques Alimentaires*. 1997: IFPRI / FOFIFA. 22.
10. Badiane, O. and Kherallah, Politiques de libéralisation et ajustement des marchés agricoles : l'expérience de Madagascar et d'autres pays africains, in *Cahier de la Recherche sur les Politiques Alimentaires*. 1997, IFPRI / FOFIFA. p. 36.
11. Randrianarisoa, C., *Revue des politiques de réforme des marchés à Madagascar : le marché des intrants, le marché des produits agricoles*. Cahier de la Recherche sur les Politiques Alimentaires. 1997: IFPRI / FOFIFA.
12. Hirsch, R., La riziculture malgache revisitée : diagnostic et perspectives (1993-1999). 2000, AFD. p. 24.
13. Touzard, S. and H. Randrianaivo, La consommation et les critères de qualité du riz dans la commune d'Antsirabe I (Madagascar), in *Nutrition et alimentation dans les pays en voie de développement*. 2003, Université de Montpellier II. p. 66.
14. Sylvander, B. and B. Lassault, L'enjeu économique de la qualité sur les marchés des produits agroalimentaires, in *La qualité des produits alimentaires*. 1993: Paris.
15. Washington, S. and L. Ababouch, Private standards and certification in fisheries and aquaculture : current practice and emerging issues. *FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper*. Vol. 553. 2011, Rome: FAO. 181.
16. Blanchemanche, S., M. Bonnet, and I. Barcelord, Créer un système complémentaire au label : la certification de conformité, in *Etat des lieux quantitatif et qualitatif de la Certification de Conformité de Produit*. 2003, A.D.E.P.R.I.N.A (Association pour le Développement de l'Enseignement du Perfectionnement de la Recherche à l'Institut National Agronomique Paris-Grignon).
17. Règlement (CE) n° 852/2004, Règlement du parlement européen et du conseil relatif à l'hygiène des denrées alimentaires. 29 avril 2004.
18. Règlement (CE) n° 1831/2003, Règlement du parlement européen et du conseil établissant des exigences en matière d'hygiène des aliments pour animaux. 22 novembre 2003.
19. Règlement (CE) n° 853/2004, Règlement du parlement européen et du conseil relatif aux contrôles officiels effectués pour s'assurer de la conformité avec la législation sur les aliments pour animaux et les denrées alimentaires et avec les dispositions relatives à la santé animale et au bien-être des animaux. 29 avril 2004.
20. Règlement (CE) n° 853/2004, Règlement du Parlement Européen et du Conseil relatif à l'hygiène des denrées alimentaires. 29 avril 2004, *Journal officiel* n° L 139 du 30/04/2004. p. 0001 – 0054.
21. Codex alimentarius, Code d'usages international recommandé - Principes généraux d'hygiène alimentaire. CAC/RCP 1-1969, REV.4-2003. 2003: Révision de 2003.
22. Centre Technique Horticole de Tamatave, Guide des bonnes pratiques d'hygiène pour la filière Litchi à Madagascar (Depuis la récolte jusqu'à l'expédition), . Centre Technique Horticole de Tamatave, Union Européenne.
23. Centre Technique Horticole de Tamatave, Guide des bonnes pratiques d'hygiène pour la filière Girofle. Centre Technique Horticole de Tamatave, Union Européenne.
24. Centre Technique Horticole de Tamatave, Guide des bonnes pratiques d'hygiène pour la filière Vanille. Centre Technique Horticole de Tamatave, Union Européenne.
25. Centre Technique Horticole de Tamatave, Guide des bonnes pratiques d'hygiène pour la filière Café. Centre Technique Horticole de Tamatave, Union Européenne.
26. Centre Technique Horticole de Tamatave, Guide des bonnes pratiques d'hygiène pour la filière Poivre. Centre Technique Horticole de Tamatave, Union Européenne.
27. Ziberlin (coordinator), O. and al., Guide des bonnes pratiques agricoles à la Réunion. 2010: DAAF. 300.
28. Codex Alimentarius, Lignes directrices pour l'application du système d'analyse des risques - Points critiques pour leur maîtrise HACCP (Annexe II), in ALINORM 03/13A. 1993, Projet adopté par la vingtième session de la Commission à Genève, du 28 juin au 7 juillet 1993.
29. Codex Alimentarius, Code d'usages international recommandé - Principes généraux d'hygiène alimentaire. CAC/RCP 1-1969 REV.3-1997. Vol. 1B. 1997: Révision adoptée à la vingt-deuxième session de la commission, tenue à Genève du 23 au 28 juin 1997.
30. Site internet EurepGAP. Available from: <http://www2.globalgap.org/about.html>.
31. Dolan, C. and J. Humphrey, Governance and trade in fresh vegetables : The impact of UK supermarkets on the African horticulture industry. *Journal of Development Studies*, 2000(37): p. 147-176.
32. Jaffee, S. and S. Henson, Standards and agro-food exports

from developing countries: rebalancing the debate. 2004, Washington: World Bank.

33. Weatherspoon, D. and T. Reardon, The rapid rise of super-markets in Eastern and Southern Africa: implications for agri-food systems and the rural poor. 2002, Netherlands: Wageningen Academic Publishers.

34. Reardon, T., et al., Agrifood industry transformation and small farmers in developing countries. World Development, 2009. 37(11): p. 1717-1727.

35. Foodplus. GLOBALGAP - Standards. Welcome to GLOBALGAP.A.P. 2010 16 octobre 2011]; Available from: http://www.globalgap.org/cms/front_content.php?idcat=3.

36. Site internet GlobalGAP. 22 octobre 2011]; Available from: <http://www.globalgap.org/>.

37. CITE (Centre d'Information Technique et Economique), Phase II : Enquêtes filières - Filière Letchi Madagascar (Draft). 2008, Programme Ruralstruc: Antananarivo.

38. Gerbaud, P., Dossier spécial letchi. FRUITROP, 2009(167): p. 5-24.

39. Proust, R., L'efficacité économique des organisations de producteurs certifiées GlobalGAP est elle remise en cause par la nature du bailleur dans la filière letchi à Madagascar ? 2010, Cirad, AgroCampus Rennes

40. SNM, Le letchi en 2007-2008 – Bilan de campagne. 2008, France Agrimer.

41. Site internet CHTH. Centre Technique Horticole de Tamatave. 22 octobre 2011]; Available from: <http://www.ctht.org/>.

42. Site internet IFS. International Food Standard. 12 octobre 2011]; Available from: <http://www.ifs-certification.com>.

43. ACTIA, Qualité et sécurité des aliments - Guide pratique d'utilisation des référentiels. 2008.

44. Louis, M.G., Les signes officiels d'identification de la Qualité et l'Origine des produits agricoles et alimentaires. 2001, Avis et Rapports du Conseil Economique et Social, République Française: Paris.

45. Paillet, G., L'Agriculture Raisonnée. 2000, Rapport au Ministre de l'Agriculture et de la Pêche.

46. Chambre d'Agriculture de la Réunion, Présentation synthétique du référentiel de l'agriculture raisonnée. 2005.

47. Entretiens FARRE-Réunion. 2011.

48. Site internet FARRE. Forum des Agriculteurs Responsables Respectueux de l'Environnement. 12 octobre 2011]; Available from: www.farre.org.

49. Arrêté du 30 avril, Arrêté relatif au référentiel de l'agriculture raisonnée. 2002.

50. Arrêté du 20 avril, Arrêté modifiant l'arrêté du 30 avril 2002 relatif au référentiel de l'agriculture raisonnée. 2005, JORF n°123 du 28 mai 2005 p. page 9414, texte n° 117.

51. Arrêté du 5 février, Arrêté modifiant l'arrêté du 30 avril 2002 relatif au référentiel de l'agriculture raisonnée. 2007, Version consolidée au 14 février 2007.

52. OCTROI, Rapport d'activité 2010. 2011.

53. FARRE-Réunion, Rapport d'activité 2010. 2010.

54. Règlement (CE) n° 178/2002, Règlement du parlement européen et du conseil établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant

l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires. 28 janvier 2002.

55. Site internet EISA. European Initiative for Sustainable Development in Agriculture. 12 octobre 2011]; Available from: <http://www.sustainable-agriculture.org>.

56. Décret n°2011-694, Décret relatif à la certification environnementale des exploitations agricoles. 20 juin 2011, JORF n°0142. p. 10526, texte n°29.

57. Loi n° 2009-967, Loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement (1). 3 août 2009 Version consolidée au 29 décembre 2012 p. CHAPITRE III, article 31,b.

58. Loi n° 2010-788, Loi portant engagement national pour l'environnement (1). 12 juillet 2010, Version consolidée au 24 mars 2012.

59. Arrêté du 20 juin, Arrêté portant application de l'article D. 617-3 du code rural et de la pêche maritime et arrêtant le référentiel relatif à la certification environnementale des exploitations agricoles. 2011, JORF du 21 juin 2011. p. Textes 30 et 31.

60. Procédure de certification environnementale. Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt.

61. Exploitations agricoles. 2013; Available from: <http://agriculture.gouv.fr/exploitations-agricoles>.

62. Certification environnementale des exploitations agricoles- Plan de contrôle niveau 2. 2011, Ministère de l'Agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire

63. Certification environnementale des exploitations agricoles - Plan de contrôle niveau 3- option A, V2. 2013, Ministère de l'Agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire

64. Certification environnementale des exploitations agricoles - Plan de contrôle niveau 3- option B, V1. 2011, Ministère de l'Agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire

65. Site internet Agri Confiance. Available from: <http://www.agriconfiance.coop/>.

66. Lévêque, L. and J.P. Massé, Maîtrise de la qualité dans les activités agricoles NF V01-005, un moyen d'accéder à la marque Agri Confiance. 2002: AFNOR.

67. Programme sectoriel avicole Réunion. 2011.

68. OILB/SROP, Guidelines for integrated production of stone fruits in Europe. Bulletin OILB/SROP, 1997: p. 20(3), 11-20.

69. El Titi, A., E. Boller, and J.-P. Gendrier, Intergated Production: Principles and technical guidelines. IOBC/WPRS Bulletin, 1993. 16.

70. Bellon, S., et al., La Production Fruitière Intégrée en France : innovation ou rénovation ?, in Colloque « Agronomes et Innovations ». 2004: Le Pradel.

71. Sainte Marie (de), C., La production fruitière intégrée en France- Leçons d'une histoire dont nous ne sommes pas les héros, in Le temps des SYAL. Techniques, Vivres et Territoires, J. Muchnik and C. Sainte Marie (de), Editors. 2010, Paris, Quae-INRA. p. 153-170.

72. Sainte Marie (de), C., P. Morier-Genoud, and J.-P. Chabert, Res nullius in ager. Montagnes méditerranéennes. 2003. p. 47-

- 58.
73. Vincenot, D., et al., Guide sur la production Intégrée de mangues à la Réunion. 2009: Cirad.
74. ADPIC, Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce, in Accord de Marrakech instituant l'Organisation mondiale du commerce. 15 avril 1994: Marrakech. p. Annexe 1 C.
75. AFD & FFEM, Indications géographiques, développement local et préservation, in Savoirs communs. 2010.
76. SCT 10/4, Indications géographiques. 28 avril – 2 mai 2003, Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques, Organisation mondiale de la propriété intellectuelle: Genève.
77. Geuze, M., Indications géographiques : moyens actuels de protection et cadre juridique international., in Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens O. Méditerranéennes, Editor. 2009, CIHEAM (Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes): Montpellier. p. 147-159.
78. Convention de Paris, Convention pour la protection de la propriété industrielle 20 mars 1883, Version révisée à Bruxelles le 14 décembre 1900, à Washington le 2 juin 1911, à La Haye le 6 novembre 1925, à Londres le 2 juin 1934, à Lisbonne le 31 octobre 1958 et à Stockholm le 14 juillet 1967, et modifiée le 28 septembre 1979- texte juridique international.
79. Arrangement de Madrid, Arrangement concernant l'enregistrement international des marques. 14 avril 1891, Révisé à Bruxelles le 14 décembre 1900, à Washington le 2 juin 1911, à La Haye le 6 novembre 1925, à Londres le 2 juin 1934, à Nice le 15 juin 1957 et à Stockholm le 14 juillet 1967 et modifié le 28 septembre 1979- texte juridique international.
80. Arrangement de Lisbonne, Arrangement concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international. 31 octobre 1958, révisé à Stockholm le 14 juillet 1967, et modifié le 28 septembre 1979- texte juridique international.
81. Décret n° 52-663, Décret portant publication de la convention internationale sur l'emploi des appellations d'origine et dénominations de fromages. 6 juin 1952, JORF 11 juin 1952: signée à Stresa, le 1er juin 1952. p. pp. 5821-5824.
82. Giovannucci, D., et al., Guide des Indications Géographiques. Faire le lien entre les produits et leurs origines. 2009, Genève: Centre du Commerce International.
83. Commission Européenne, La politique de l'Union européenne en matière de produits agricoles de qualité. 2007.
84. Règlement (CE) n° 1234/2007, Règlement du conseil portant sur l'organisation commune des marchés dans le secteur agricole et les dispositions spécifiques en ce qui concerne certains produits de ce secteur (règlement «OCM unique»). 22 octobre 2007, Journal Officiel de l'Union Européenne du 16 novembre 2007.
85. Règlement (CE) n° 607/2009, Règlement de la Commission RÈGLEMENT (CE) No 607/2009 DE LA COMMISSION du 14 juillet 2009 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) no 479/2008 du Conseil en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole Journal officiel de l'Union européenne du 24 juillet 2009. 14 juillet 2009, Journal officiel de l'Union européenne du 24 juillet 2009.
86. Règlement (CE) n° 606/2009, Règlement de la Commission fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil en ce qui concerne les catégories de produits de la vigne, les pratiques œnologiques et les restrictions qui s'y appliquent. 10 juillet 2009 Journal officiel de l'Union européenne du 24 juillet 2009.
87. Règlement (CE) n° 110/2008, Règlement du Parlement Européen et du Conseil concernant la définition, la désignation, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des boissons spiritueuses et abrogeant le règlement (CEE) no 1576/89, du Conseil 15 janvier 2008, Journal officiel de l'Union européenne du 13 février 2008.
88. Règlement (CE) n° 510/2006, Règlement du Conseil relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires. 20 mars 2006, Journal officiel de l'Union européenne du 31 mars 2006.
89. Site internet INAO. Institut national de l'origine et de la qualité. 20 novembre 2011]; Available from: www.inao.fr
90. WIPO/OMPI Liste des pays signataires de l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques et protocole. 13 janvier 2012.
91. Ordonnance n° 89-019, Ordonnance instituant un régime pour la protection de la propriété industrielle 31 juillet 1989, Texte publié dans l'encart «Lois et traités de propriété industrielle» (de la revue La Propriété industrielle et le Droit d'auteur) septembre 1995, sous le numéro de cote MG 1-001.
92. Office de la Propriété Industrielle (OPI) de Maurice, Comprendre la propriété intellectuelle- Guide pratique pour les entrepreneurs et le monde des affaires. 2009.
93. CITE (Centre d'Information Technique et Economique). Informations économiques sur les Filières Agricoles et Agroalimentaires à Madagascar / Synthèse Miel. 2010 20 septembre 2010]; Available from: http://www.cite.mg/malagasie/categorie_synthese.php?idSecteur=8&IdRubrique=67#top.
94. Schneider, E., Synthèse filière miel - Région Analanjirofo. 2007, PPRR (Programme de Promotion des Revenus Ruraux), FIDA.
95. Lagarde, K. and N. Rakotovelo, Etude de la filière apiculture en vue du développement de l'exportation. Synthèse et recommandations- Rapport Final. 2004, CITE.
96. ADA Réunion (Association pour le Développement de l'Apiculture), Programme sectoriel apicole Réunion 2011-2013. 2011.
97. Belmin, R., Intérêt, faisabilité, et modalités de mise en place d'une Indication Géographique pour le miel de Rodrigues. 2010, QualiREG (Cirad).
98. Duggan, M.R. and P. Draper, Craft Aid in Rodrigues: Bees and Disabled People. Beekeeping & Development, 2001. 58 p. 6-7.
99. Auzias, D. and J.-P. Labourdette, Maurice, Rodrigues. 2009: Petit Futé. 487.
100. Baptiste, F., Les délices de Rodrigues. 2008: Payenke.
101. Gloanec, C., et al., Valorisation des filières épicées à Mada-

- gascars : Potentiel et conditions d'émergence d'Indications Géographiques IG sur les filières poivre et girofle de Madagascar. 2011, QualiREG (Cirad).
102. Demangel, A., Faisabilité de la mise en place d'une Indication Géographique sur le Clou de girofle à Madagascar. 2011, QualiREG (Cirad).
103. Robert, M., Madagascar: intérêt et faisabilité d'une Indication Géographique sur le poivre noir comme outil de développement territorial. 2011, QualiREG (Cirad).
104. Andriantomanga, L.Z., Etude des conditions d'émergence d'une certification en Indication Géographique sur le poivre vert de Madagascar. 2011, QualiREG (Cirad).
105. Lamouche, C., Etude des conditions de mise en œuvre d'une indication géographique sur le curcuma d'Anivorano-Est à Madagascar. 2011-b, QualiREG.
106. Lamouche, C., Etude de cas : La commercialisation du curcuma de la commune d'Anivorano-Est - District de Brickaville - Région d'Atsinanana. 2011-a, PPRR (Programme de Promotion des Revenus Ruraux) / FIDA
107. Belmin, R., Analyse la filière porcine de Rodrigues en appui à la labellisation des viandes et des produits de charcuterie. 2010, QualiREG (Cirad).
108. Roux-Cuvelier, M., Rapport de mission sur la caractérisation agronomique du Ti piment Rodrigues. 2011, QualiREG (Cirad).
109. Descroix, F., Expertise sur la production caféière de Chamarel- Ile Maurice. 2011, CIRAD, Persyst (UMR QUALISUD).
110. INAO, Guide du demandeur AOC/AOP. 2011.
111. INAO, Guide du demandeur IGP. 2009-a.
112. INAO, Guide du demandeur Label Rouge. 2009-b.
113. Berard, L. and P. Marchenay, Les produits de terroir en Europe du Sud : caractérisation ethnologique, sensorielle et socio-économique de leur typicité - stratégies de valorisation. 1998, Bruxelles: Commission européenne, Direction générale de l'agriculture. 372.
114. Gloanec, C., Réalisation propre, in Les démarches qualité dans les filières alimentaires en Océan Indien : Quelles réponses face aux enjeux des filières agroalimentaires de l'Océan Indien- Rapport Complet. 2013, QualiREG (Cirad).
115. DAAF La filière vanille à la Réunion.
116. Palama, T., La vanilline de synthèse ne pourra détrôner l'arôme naturel de vanille, in Entre traditions, savoir faire réunionnais, recherche, développement et innovation : paroles d'acteurs de l'île de la Réunion. 2010, Qualitropic.
117. Côme, B., Garantir l'excellence de la vanille à la Réunion, in Entre traditions, savoir faire réunionnais, recherche, développement et innovation: paroles d'acteurs de l'île de la Réunion. 2010: Qualitropic.
118. Entretien Syndicat du Sucre. 2011.
119. Caro canne, Bientôt une IGP pour le sucre de La Réunion. 2009. 19: p. 8.
120. Site internet Maison du curcuma. Available from: <http://maisonducurcuma.fr>.
121. Site internet Chai de Cilaos. Un vignoble dans l'Océan Indien : le chai de Cilaos. Available from: <http://chaidecilaos.reunion.fr/>.
122. Letablier, M.-T., La logique du lieu dans la spécification des produits référés à l'origine. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, 2000. 3: p. 475-488.
123. Salette, J., La typicité : une notion nouvelle au service du produit, de ceux qui l'élaborent, et de ceux qui le consomment en l'appréciant. Revue des Œnologues, 1997. 85: p. 11-13.
124. Site internet Cafe Réunion. Available from: <http://www.cafe-reunion.com/Quelques-grands-crus-de-cafe>.
125. Lecolier, A., Caractérisation de certains impacts de la mutation Laurina chez Coffea arabica L. aux niveaux histo-morphologique et moléculaire, in Sciences. 2006.
126. Jobin, P., Les cafés produits dans le monde. 1983, Maison P. Jobin & Cie SAAA: Le Havre.
127. Descroix, F., Programme sectoriel filière caféicole 2008-2013, Ile de la Réunion. 2008.
128. Cirad Bourbon pointu : le CIRAD fait renaître un café de légende. science.gouv.fr, 2007.
129. Chung, J. Growing a Better Decaf. Wall Street Journal, 2008.
130. Code rural et de la pêche maritime, Partie législative, Livre VI : Production et marchés, Titre IV : La valorisation des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer, Chapitre III : Protection des signes d'identification de la qualité et de l'origine, Section 1 : Protection des dénominations reconnues, Article L643-2. 2010, Version en vigueur au 8 mai 2010.
131. Loi n° 60-808, Loi d'orientation agricole. 5 août 1960.
132. NF EN 45011, Guide ISO/CEI 65 : exigences générales relatives aux organismes procédant à la certification de produits. mai 1998.
133. Code rural et de la pêche maritime, Partie législative, Livre VI : Production et marchés, Titre IV : La valorisation des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer, Chapitre Ier : Les modes de valorisation de la qualité et de l'origine ; Section 1 : Les signes d'identification de la qualité et de l'origine, Sous-section 1 : Le label rouge, Article R641-2.
134. Entretien Chambre d'Agriculture de la Réunion. 2010.
135. Le Bellec, F. and V. Renard, Le grand livre des fruits tropicaux. . Orphie ed. 1997.
136. FruitTrop n°165, 2009.
137. Chambre d'Agriculture de la Réunion, Données de production fruitières à La Réunion. 2010.
138. FruitTrop n°187, 2011.
139. Soler, A., Ananas : Critères de qualité. 1992, Cirad Coleacp.
140. Arrêté du 2 octobre, Arrêté homologuant le cahier des charges Label Rouge ananas. 2006, JORF n°253 du 31 octobre 2006.
141. Agreste, Agreste spécial Réunion. 2009.
142. Arrêté du 20 novembre, Arrêté homologuant le cahier des charges Label Rouge letchi. 2006, JORF n°281 du 5 décembre 2006.
143. Site internet GAPCM. Groupement des Aquaculteurs et Pêcheurs de Crevettes. 28 juin 2013]; Available from: www.gapcm.org
144. Site internet UNIMA. 28 juin 2013]; Available from: www.unima.com.
145. Entretien UNIMA. 2013.
146. Loi n° 88-1202, Loi relative à l'adaptation de l'exploitation

- agricole à son environnement économique et social. 30 décembre 1988, Version consolidée au 09 septembre 2005
147. Décret n°90-859, Décret relatif à la certification de conformité des denrées alimentaires et des produits agricoles non alimentaires et non transformés. 25 septembre 1990
148. Creysseil, P., Conclusions de la commission d'experts sur la modernisation du droit de l'alimentation. 1987.
149. Loi n°78-23, Loi sur la protection et l'information des consommateurs de produits et de services 10 janvier 1978, Version consolidée au 27 juillet 1993.
150. Code rural et de la pêche maritime, Partie réglementaire, Livre VI : Production et marchés, Titre IV : La valorisation des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer, Chapitre 1er : Les modes de valorisation de la qualité et de l'origine, Section 3 : La certification de conformité, Article R641-60.
151. DGPAAT, Liste des dossiers enregistrés par la DGPAAT (Direction du ministère de l'Agriculture chargé de la gestion de ces enregistrements).
152. Site internet Ceval. Consulté le Novembre 25, 2011]; Available from: <http://www.ceval.com/>.
153. Programme sectoriel porcine Réunion 2008- 2011. 2010.
154. Arrêté du 6 avril, Arrêté fixant les exigences et recommandations en matière de certification de conformité des produits issus de l'aquaculture. 2010, JORF le 24 avril 2010. p. texte 27 sur 153.
155. Entretien APPR, Association des Producteurs Pays Réunion. 2011.
156. Institut de l'élevage, Signes de qualité et d'origine- Aperçu synthétique sur les signes distinctifs applicables en France aux produits agricoles et alimentaires. 2002.
157. Décret n°2006-1621, Décret relatif aux conditions d'utilisation des termes « produits pays » et de leurs transcriptions créoles. 18 décembre 2006 Version consolidée au 01 mars 2007.
158. Traité CEE, Traité instituant la Communauté Européenne in (version consolidée Nice)- Sixième partie : Dispositions générales et finales- Article 299 (version consolidée Maastricht)- Article 227. 2002, Journal officiel n° C 325 du 24/12/2002 p. 0149- 0150
Journal officiel n° C 340 du 10/11/1997 p. 0297- version consolidée
Journal officiel n° C 224 du 31/08/1992 p. 0076- version consolidée.
159. Décret n° 2000-1231, Décret relatif à l'utilisation du terme « montagne ». 15 décembre 2000, JORF n°292 du 17 décembre 2000 page 20108 texte n° 12.
160. Règlement Technique National, Lait et produits laitiers d'origine bovine.
161. Règlement Technique National, Viande porcine et produits à base de viande porcine.
162. Règlement Technique National, Viande bovine et produits à base de viande bovine.
163. Règlement Technique National, Miel.
164. Loi n° 99-574, Loi d'orientation agricole. 9 juillet 1999, Version consolidée au 19 mai 2011.
165. Décret n°88-1206, Décret portant application de la loi du 1er août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services et de la loi du 2 juillet 1935 tendant à l'organisation et à l'assainissement du marché du lait en ce qui concerne les fromages. 30 décembre 1988.
166. Décret n° 2007-628, Décret relatif aux fromages et spécialités fromagères. 27 avril 2007.
167. Règlement (CE) n°543/2008, Règlement portant sur les modalités d'application du règlement (CE) n° 1234/2007 du Conseil en ce qui concerne les normes de commercialisation pour la viande de volaille 16 juin 2008, Journal Officiel de l'Union européenne du 17 juin 2008.
168. Code rural et de la pêche maritime, Partie réglementaire , Livre VI : Production et marchés , Titre IV : La valorisation des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer , Chapitre 1er : Les modes de valorisation de la qualité et de l'origine , Section 2 : Les mentions valorisantes , Sous-section 4 : Le qualificatif «fermier” et les mentions «produit à la ferme” ou «produit de la ferme”, articles D.641-57-1 à 641-57-5.
169. Règlement (CE) n° 1906/90, d.C., du Règlement du Conseil établissant des normes de commercialisation pour la viande de volaille. 26 juin 1990, JO L 173 du 6.7.1990, p. 1.
170. Règlement (CE) n° 1538/91, Règlement de la Commission portant sur les modalités d'application du règlement (CEE) n° 1906/90 du Conseil établissant des normes de commercialisation pour les volailles. 5 juin 1991, JO L 143 du 7.6.1991, p. 11.
171. Sylvander, B., M. François, and J.M. Morin, Les bases de l'agriculture biologique : définitions, réglementations, histoire et état des lieux, in Agriculture biologique en Martinique : quelles perspectives de développement?, M. François, R. Moreau, and B. Sylvander, Editors. 2005, IRD. p. 3-39.
172. Sylvander, B., Y.-M. Cabidoche, and J.-M. Morin, Politiques publiques et enjeux sociétaux de l'agriculture biologique, in Agriculture biologique en Martinique : quelles perspectives de développement ?, M. François, R. Moreau, and B. Sylvander, Editors. 2005, IRD: Paris. p. 458-508.
173. Deguine, J.P., P. Ferron, and D. Russel, Protection des cultures- De l'agrochimie à l'agroécologie QUAE ed. 2008.
174. Altieri, M.A., Agroecology : The scientific Basis of Alternative Agriculture. 1987: Westview Press. 227.
175. Dalgaard, T., N.J. Hutchings, and J.R. Porter, Agroecology, Scaling and Interdisciplinarity. Agriculture, Ecosystems and Environment, 2003. 100: p. 39-51.
176. Gliessmann, S.R., Integrating Agroecological processes into cropping Systems Research, in New Dimensions in Agroecology D. Clements and A. Shrestha, Editors. 2004, Food Products Press: New York. p. 61-80.
177. Altieri, M.A. and C.I. Nicholis, Agroecology and the Search for a Truly Sustainable Agriculture. 2005, United Nations Environmental Programme, Environmental Training Network for Latin America and the Caribbean: Mexico. p. 290.
178. Site internet IFOAM. International Foundation for Organic Agriculture. Available from: <http://www.ifoam.org/>.
179. Directives GL 32-1999, Directives concernant la production, la transformation, l'étiquetage et la commercialisation des aliments issus de l'Agriculture Biologique. Adoptées 1999. Ré-

- visions 2001, 2003, 2004 et 2007. Amendements 2008, 2009, 2010, 2012 et 2013.
180. Règlement (CE) n° 834/2007, Règlement du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) no 2092/91. 28 juin 2007, Journal officiel de l'Union européenne 20 juillet 2007.
181. Règlement (CE) n° 889/2008, Règlement de la Commission portant modalités d'application du règlement (CE) no 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles. 5 septembre 2008, Journal officiel de l'Union européenne du 18 septembre 2008.
182. Règlement (CE) n° 967/2008, Règlement du Conseil modifiant le règlement (CE) no 834/2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques. 29 septembre 2008, Journal officiel de l'Union européenne du 31 octobre 2008
183. Règlement (CE) n° 1235/2008, Règlement de la Commission portant modalités d'application du règlement (CE) no 834/2007 du Conseil en ce qui concerne le régime d'importation de produits biologiques en provenance des pays tiers. 8 décembre 2008 Journal officiel de l'Union européenne n° L 334 du 12 décembre 2008. p. 25.
184. Règlement (CE) n° 1254/2008, Règlement de la Commission modifiant le règlement (CE) n° 889/2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles. 15 décembre 2008, Journal officiel de l'Union européenne du 16 décembre 2008.
185. Gloanec, C., Etude de faisabilité sur l'approvisionnement de riz issu de l'agriculture biologique de Madagascar pour les restaurations collectives de La Réunion - Synthèse. 2012, QualiREG (Cirad).
186. Ecocert, Guide pratique d'étiquetage- Comment étiqueter une denrée alimentaire contenant des ingrédients biologiques. 2010.
187. Van Den Akker, J., Convergence entre les Systèmes Participatifs de Garantie et les Systèmes de Contrôle Interne dans un projet pilote européen d'IFOAM. Innovations Agronomiques, 2009. 4: p. 441-446.
188. Katto Andrighetto, J., Internal Control Systems for group certification, definition and historical background. Ecology & Farming, 2006. 39: p. 28-36.
189. Commission Européenne, Guide pour l'évaluation de l'équivalence des régimes de certification des groupements de producteurs appliqués dans les pays en développement, dans le secteur de l'agriculture biologique. 2003.
190. Site internet DEMETER. Available from: <http://www.bio-preferences.com/labels/demeter.htm>.
191. Site internet Rainforest Alliance. Available from: <http://www.rainforest-alliance.org/fr>.
192. Site internet Nature et Progrès. Available from: <http://www.natureetprogres.org>.
193. Site internet Naturland. Available from: www.naturland.de/standards.html.
194. CTB (Agence belge de développement), Commerces équitables et durables : tant de labels et de systèmes de garantie... Comment s'y retrouver ? . 2003, Bruxelles.
195. Site internet Biocoherence. Available from: www.biocoherence.fr.
196. AgroEcoConsultancy, Pilot Project Group certification in Europe – End Report. 2008.
197. IFOAM, PGS- Frequently Asked Questions. 2007.
198. IFOAM, Participatory Guarantee System Self Evaluation. 2008-a.
199. IFOAM, PGS Guidelines. 2008-b.
200. FAO, Organic agriculture, environment, and food security. Environment and Natural Resources Series. Vol. 4. 2002, Rome. 258.
201. Lambert, A., Dynamiques et spécificités des acteurs dans les filières liées à l'Agriculture Biologique. 2010, ONIRIS.
202. Sylvander, B., Le marché des produits biologiques et la demande. 1998, Le Mans: INRA-UREQUA
203. Sylvander, B. and A. Le Floch-Wadel, Le marché des produits biologiques en France en 1999 : évolutions, structures et enjeux. 2000, Le Mans: INRA-UREQUA. 26.
204. CSA Agence Bio, Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France. 2010.
205. CREDOC, Enquêtes sur les français, la qualité de l'alimentation et l'information. 2001.
206. Le Goff, S., Enquête filière à l'île de la Réunion - Chiffres 2009-2010, CASDAR, Editor. 2010, Chambre d'Agriculture de la Réunion, Pôle végétal.
207. Agreste, Recensement. 2009.
208. François, M., et al., Les marchés des produits biologiques de la Martinique : marché local et exportation, in Agriculture biologique en Martinique :quelles perspectives de développement ? , M. François, R. Moreau, and B. Sylvander, Editors. 2005, IRD Éditions: Paris. p. 380-457.
209. Hamm, U., F. Gronefeld, and D. Halpin, Analysis of the European Market for Organic Food. 2002, Aberystwyth, UK: University of Wales, School of Management and Business.
210. Le Goff, L., Manger bio. Flammarion ed. 2001, Paris.
211. Témoignages.re Productions locales et les conditions d'un développement endogène à La Réunion. 2009.
212. Madagascar Tribune, 2011.
213. FAOSTAT, Statistiques agricoles de Madagascar. 2011.
214. Ministère de l'Agriculture de Madagascar, Agriculture de Conservation et Agroécologie à Madagascar, Recensement des bonnes pratiques agricoles mises en œuvre dans les projets de développement rural. 2012, Document de travail du département production agricole du Ministère de l'agriculture de Madagascar.
215. Entretien ICEA. 2011.
216. Ramboatiana, R. and A. Randriamanantena, L'agriculture biologique à Madagascar, facteur innovant pour le développement dans le contexte de la mondialisation. 2000, PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement).
217. Entretien UPDR, Unité de politique de développement rural du ministère de l'Agriculture de Madagascar. 2011.
218. Ministère de l'Agriculture de Madagascar, et al., Manuel

- sur les techniques de base en agriculture biologique 2012.
219. ICEA, RTM, and Coopération italienne, Manuel du Système de Contrôle Interne. 2012.
220. Site internet Ministère de l'Agriculture de Madagascar. Available from: <http://www.agriculture.gov.mg/>.
221. Collectif, Manuel sur le concept d'agriculture biologique.
222. Entretien Reggio Terzo Mondo. 2011.
223. FAO, Madagascar, in Le Marchés Mondiaux des Fruits et Légumes Biologiques. 2001.
224. Reconsal (Réunion Consommation Alimentaire), Comportement alimentaire et activité physique des réunionnais. 2002, Rédia-Inserm & ORS (Office Régional de la Santé). p. 80.
225. Réuccir n°42.
226. CIACAM La compagnie des grains du capricorne,.
227. info.re Du riz dans le chaudron. 2009.
228. DAAF, Chiffres des importations à La Réunion. 2011.
229. Vigie Océan Indien Réunion- La production de riz menacée par les importations. 2010.
230. INSTAT, Situation économique au 1er janvier 2009 à Madagascar. 2010.
231. QualiREG, Projet de mise en place d'une filière de maïs AB entre Madagascar et La Réunion. 2011.
232. ISO Les certifications ISO 9001 ont dépassé le million tandis que la sécurité alimentaire et la sécurité de l'information poursuivent leur ascension spectaculaire. 2010.
233. ISO, Choisir et appliquer : les normes de la famille ISO 9000. 2009.
234. ADIR, Annuaire des adhérents. 2011.
235. Règlement (CE) n° 853/2004, Règlement du Parlement Européen et du Conseil fixant des règles spécifiques d'hygiène applicables aux denrées alimentaires d'origine animale 29 avril 2004, Journal officiel de l'Union européenne du 25 juin 2004.
236. Blanc, D., ISO 22000, HACCP et sécurité des aliments – Recommandations, outils, FAQ et retours de terrain. 2009: AFNOR.
237. Boutou, O., De l'HACCP à l'ISO 22000- Management de la sécurité des aliments. 2008: AFNOR.
238. ProCert, Fiche N°44 : ISO 22 000- Foire Aux question, in Fiches ProCert. 2005.
239. Picot, B. and E. Malandain, Memento - Etude comparée des différents systèmes de garantie / qualité. 2006, Plate forme pour le commerce équitable, DGCID-MAE.
240. Guillou, M., et al., Le projet agro-écologique : Vers des agricultures doublement performantes pour concilier compétitivité et respect de l'environnement. 2013, Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, Agreenium, INRA.
241. FINE Faire trade definitions and principles. 2001.
242. Loi n°2005-882, Loi en faveur des petites et moyennes entreprises. 2 août 2005.
243. Décret n° 2007-986, Décret pris pour l'application de l'article 60 de la loi n°2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises et relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable. 15 mai 2007.
244. AFNOR, « Accord Cadre » AC X50-340- Les trois principes du commerce équitable :les critères applicables à la démarche de commerce équitable. 2006.
245. PFCE (Plate forme du Commerce Equitable), Les systèmes de garantie du commerce équitable- Comment s'y retrouver ? 2009.
246. Ecocert, Référentiel ESR. 2010.
247. Site internet ECOCERT. Available from: www.ecocert.com.
248. Bio Partenaire, Données du projet BIO EQUITABLE patchouli et ravintasara à Madagascar.
249. Site internet ALTERECO. Available from: www.altereco.com.
250. ALTERECO, Méthode d'évaluation- Critères de notation.
251. Site internet Max Havelaar France. Available from: www.maxhavelaarfrance.org.
252. Vedula Max Havelaar et le commerce équitable.
253. Danflous, J.-P., Principe du cycle de certification de 3 ans. 2012, Cirad.
254. Site internet AFNOR. Association française de normalisation. Available from: <http://www.afnor.fr>.
255. Site internet OHSAS 18001. Available from: <http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/>.
256. Site internet QualiREG. Available from: <http://www.qualireg.org/>.
257. Detrie, J.-P., Strategor : Politique générale de l'entreprise. 2005.
258. Poulain, J.P., Sociologies de l'alimentation: les mangeurs et l'espace social alimentaire 2002, Paris: Coll. Sciences sociales et sociétés. 286p
259. Conseil National de l'Alimentation Français, Avis n°45 sur le développement des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires, nationaux et communautaires. 30 octobre 2003.

La mise en place d'une démarche qualité, couvrant la qualité sanitaire, organoleptique, technique et organisationnelle, environnementale et/ou sociétale, est un élément déterminant de l'amélioration de la compétitivité des filières agroalimentaires, du développement des échanges commerciaux et de la sécurité alimentaire. Le concept de sécurité alimentaire fait référence à la disponibilité ainsi qu'à l'accès à la nourriture en quantité et en qualité suffisantes. Selon les définitions de la banque mondiale et de la FAO, la sécurité alimentaire comporte quatre dimensions : disponibilité (production intérieure, capacité d'importation, de stockage et aide alimentaire), accès (qui dépend du pouvoir d'achat et de l'infrastructure disponible), stabilité (des infrastructures mais aussi stabilité climatique et politique) et salubrité/qualité (hygiène, principalement accès à l'eau). Ces démarches sont une réponse des opérateurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire face aux nombreuses exigences commerciales, réglementaires, sanitaires, économiques et sociétales. Les îles de l'Océan Indien avec les Comores, Madagascar, Maurice, La Réunion et les Seychelles, sont confrontées à ces problématiques. Ce rapport donne les éléments de réflexion sur la construction d'une politique de qualité régionale afin d'appuyer les opérateurs agroalimentaires de la zone face à ces défis.

