



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

22606

81 p.
tables
graphiques
diagrammes



Centre Régional pour l'Innovation et le Transfert de Technologie



Projet n°US/INT/97/034
Contrat n°2000/054
Rapport final

Développement stratégique d'une filière soja garantie non OGM

Marc LEUSIE



Centre Régional pour l'Innovation et le Transfert de Technologie



Projet n°US/INT/97/034
Contrat n°2000/054
Rapport final

**Développement stratégique d'une filière
soja garantie non OGM**

Marc LEUSIE

AVANT-PROPOS

Ce rapport présente en introduction l'historique du travail qui a été mené par CRISALIDE dans le cadre du programme OPTIMA pour la promotion de filières de qualité dans l'industrie agroalimentaire brésilien pouvant déboucher sur des transferts de technologies. Compte tenu de la conjoncture, le cas d'une éventuelle filière de soja garantie non OGM a été particulièrement retenue.

En fait, ces différentes actions ont montré le grand besoin qu'éprouvait le Brésil de disposer d'un schéma de développement clair pour assurer le développement endogène de leur industrie. Ils trouvent que le modèle français de développement des industries agroalimentaires répond à cette attente. Or, il se trouve que l'accompagnement des pouvoirs publics a nécessité le développement de méthode spécifique regroupé sous le terme « d'analyse de filière ». Cette méthode, après avoir montré son efficacité en France, paraît donc tout à fait indiquée pour assurer ce même rôle d'outils stratégique pour les pouvoirs publics et les entrepreneurs dans les pays émergents. C'est à ce titre qu'un texte de présentation de cette méthode a été élaboré (ce texte étant destiné à être complété dans les temps à venir).

C'est dans cette perspective de filière qu'ont été développés quelques outils stratégiques : comment développer des signes de qualités officiels, y a-t-il des méthodes peu coûteuses et faciles à mettre en œuvre pour mieux connaître ce marché ?...

C'est également dans cette perspective qu'ont pu être présentées des tendances qui prévalent sur les marchés européens : comment peut-on prendre en compte les nouvelles inspirations des consommateurs et des pouvoirs publics à ne pas sacrifier l'Environnement à la production ? : quelles sont les éventuelles perspectives ouvertes en matière de soja garanti non OGM : motivation des consommateurs, procédure à suivre et transfert de technologie à envisager.

INTRODUCTION

Historique du travail de CRISALIDE dans le cadre d'OPTIMA

La Recherche sur les attitudes des consommateurs face aux OGM menée par CRISALIDE et le laboratoire UREQUA de l'INRA (Aliment Demain, en partenariat avec le syndicat des producteurs de volailles de Loué) a débouché sur la décision de bannir de l'alimentation de leurs volailles le soja « OGM ».

L'action de CRISALIDE, soutenue par l'ONUDI et le Service des Relations Internationales de l'Agriculture se déroule depuis 2 ans. Initiée à propos de la nécessité prévisible de constituer des filières de soja garanti non-OGM à destination de l'Europe, elle s'est vue attribuer rapidement deux autres finalités :

- Le transfert de différentes technologies de contrôle des OGM (en partenariat avec la Start-up D-Genos)
- Le transfert de connaissances, de concepts et de méthodes socio-économiques.

L'ensemble fut concrétisé en 4 actions-clés : 3 missions au Brésil et 1 mission de 4 brésiliens en France.

1. Sur la constitution de filières non-OGM :

- Expertise de la situation stratégique des petits exploitants et des installations portuaires (1^{ère} mission : M LEUSIE).
- Formation à la Norme EN 45011 de quatre brésiliens, dont le vice-président de Cotrimaio et le directeur de la société de service Unitech (Crisalide, août 1999).
- Expertise pour la mise en place de la traçabilité (2^{ème} et 3^{ème} mission, en collaboration avec l'ENTIAA, février et avril 2000).

Situation actuelle : 44 000 T de soja tracé à Cotrimaio sur la récolte d'avril. Mise en place d'un dispositif certifiant, (contrat entre Cotrimaio et Unitech) avec utilisation de tests.

2. Sur le transfert de technologies de contrôle :

Les Brésiliens en formation ont pu visiter plusieurs laboratoires en août 1999 (dont celui de Gevos INRA au Magneraud). La complexité du problème et l'attitude réservée des opérateurs français ont laissé Genetic ID occuper le terrain, mais d'une façon qui, semble-t-il, peut être provisoire.

En avril 2000 (3^{ème} mission), la société D Genos a noué sur place des contacts avec un laboratoire de contrôle, en vue d'une joint-venture. Cette start-up (issue de Crisalide) est en train de constituer un partenariat avec une société de surveillance en vue d'élaborer un

système de certification compétitif au plan international et faisant l'objet d'un véritable transfert. (3^{ème} mission)

3. Sur le transfert de connaissances et de méthodes en sciences humaines et sociales.

Une première série de conférences a été réalisée en décembre 1998 (1^{ère} mission) à la demande de la BRDE, à Curitiba et Porto Allegre sur les thèmes suivants :

- présentation du guide stratégique des marques de qualité
- présentation d'une nouvelle méthode d'étude de marché mise au point par Crisalide en collaboration avec les linguistes de la Sorbonne (cf. un chapitre spécial en sémiologie et entreprise. Dunod)

Lors de la 2^{ème} mission, à la suggestion de l'ONUDI et de la BRDE, le Secrétariat d'État à l'Agriculture et l'Ocergo en relation avec l'Université d'Ijuí, confièrent à M Leusie l'organisation d'une journée complète de séminaire lors de la fête du soja : à la fois sur les perspectives du marché français et sur la traçabilité, la certification et l'économie de filière (concept auquel les Brésiliens sont très sensibles, en raison de la forte présence de petits exploitants regroupés en coopératives).

La 3^{ème} mission fut organisée autour de ce séminaire. Les industriels français interviennent en deux temps comme partie prenante de filières non OGM et aussi comme acteurs de la certification : Yves de la Fouchardière, directeur général de la coopérative des éleveurs de Volailles de Loué, Yves Montecot, président du SNIA (50% de l'Alimentation Animale en France), membre de la CNLC et président d'un groupement qualité (Syvor), Frédéric Monnier, directeur à la CADS et mandaté par l'UCAAB. S'y ajoutait une conférence d'Annick Barthelaix, PDG de D GENOS pour présenter les méthodes de détection et 3 conférences de M Leusie, l'une inspirée du guide stratégique des signes officiels de qualité, la deuxième reprenant la méthode nouvelle d'étude de marché, en développant des applications, la 3^{ème} sur les mécanismes de filière (conférence la plus abstraite et qui, curieusement, paraît la mieux accueillie des trois).

La participation du professeur Argemino Brum, diplômé de l'ENSA Montpellier et de l'ESSEC, de l'université d'Ijuí, fut déterminante : traduction et participation aux débats.

La BRDE organisa une session reprenant les 3 conférences à Curitiba la semaine suivante, en présence des personnalités de l'Agriculture et des Administrations concernées.

Le CITPAR (organisme de transfert de technologie) déjà co-organisateur des conférences de décembre 1998 sur la certification et l'économie de filière, L'université Pontificale de Curitiba et l'université publique de Londrina émettent des propositions pour la mise en place d'un séminaire d'une à deux semaines en 2^{ème} et 3^{ème} cycle sur les thèmes considérés.

1^{ère} partie

**Déroulement de la mission organisée pour le séminaire
tenu les 4 et 5 avril 2000 à Santa Rosa dans le cadre de
FENASOJA**

Compte rendu

Arrivée à Porto Alegre le 2 avril

Départ de Mme Poulard, Mm de La Fouchardière et Monnier pour Rio Grande.

- Le 3 avril :

Matin : BRDE : Vérification des interventions : traduites, elles sont enregistrées pour le «Data Show »

Départ pour Santa Rosa en compagnie de R Faillenet.

- le 4 avril :

Le matin : (9 heures)

Séminaire : ouverture par le Secrétaire d'État et présentation du programme. Nous apprenons que Cotrimaio signe le jour même un contrat de « certification » avec Genetic ID

Le président de Cotrimaio, R Wunch, indique les limites de ce contrat :

- une durée limitée à un an
- c'est un simple cahier de procédures
- il est opérationnel sur les marchés internes et asiatiques.

Il indique aussi les raisons qui l'ont conduit à cette signature. La principale est l'échec de l'accord contenu dans une lettre d'intention avec la CANA qui l'a mis dans une situation difficile vis à vis de ses adhérents, il se devait de prendre une initiative.

Paradoxalement, le travail de fond réalisé sur la certification dans sa coopérative a été un atout majeur pour la signature du contrat.

Les interventions générales dans le séminaire sur le marché européen, par des consultants, indiquent des possibilités d'ouverture.

L'après-midi :

L'intervention de Genetic ID (par son vice-président) paraît assez surprenante dans la mesure où il y a peu de supports audiovisuels et que un seul chiffre est cité : coût de la certification stricte entre 0.5 et 1.5% du chiffre d'affaires ; il s'agit en fait d'un appel à la confiance des opérateurs sur ce qui n'est qu'un cahier de procédures.

Le soir (19 heures) :

Une réunion était prévue pour l'ensemble de la délégation française, afin de présenter la situation du marché des OGM en Europe. Les opinions émises par les participants français avaient d'autant plus de poids :

- Que la délégation représentait les 2/3 environ du chiffre d'affaires de l'alimentation animale (SNIA par son président et UCAAB par un cadre d'une coopérative adhérente, après concertation avec le directeur de cette union) et que le Syvol, présent par son directeur était l'organisme qui avait la position la plus en pointe et la plus tranchée en faveur du non OGM en France.

- Qu'ils pouvaient disposer de résultats de l'étude de Crisalide Urequa sur ce thème (réalisée sous l'égide des Ministères de la Recherche et de l'Agriculture).

- Qu'étaient présentées en même temps les grandes lignes du travail réalisé par Cotrimaio

Qu'une alternative au système d'analyse - surveillance de Génétic ID était présentée par la start-up D Genos, en relation avec la société internationale de contrôle Inspectorate.

L'assistance était composée de M Boggo, président de l'Union des coopératives du Rio Grande Do Sul et membre d'une commission du gouvernement fédéral sur le développement agricole, et de fonctionnaires de différents états (Santa Catarina, Parana) du gouvernement fédéral, ainsi que de chercheurs de l'EMBRAPA.

M Wunch intervenait aussitôt après pour présenter quelles étaient les limites de son accord avec Genetic ID et réaffirmait ses attentes dans l'aide française et les perspectives ouvertes sur le marché français, en espérant cette fois ne pas être trop dupe.

M Boggo est intervenu pour souligner la nécessité de la certification pour pouvoir aborder des marchés européens et d'une entente entre les états, coordonnée au niveau fédéral, pour se déterminer une politique en la matière. Il propose aux participants à cette réunion restreinte, une autre réunion sur ce thème (lors de la pause du midi, le lendemain).

Mercredi 3 :

Les interventions de la délégation française sur la certification.

L'assistance était moins nombreuse que la veille mais regroupant environ 80 à 100 personnes qui ont suivi avec attention.

L'ensemble peut être considéré comme un succès malgré quelques handicaps :

- du fait de l'obligation de retour de deux intervenants, l'ordre du jour n'était pas un modèle de cohérence.
- c'était la première fois que se tenaient une 2^{ème} journée.
- la réunion organisée par M Boggo a débordé sur le temps d'intervention.

En revanche, la qualité des interventions des professionnels français, qui étaient tous des acteurs engagés dans la certification (en plus d'être des acteurs de la filière soja), qui avaient préparé des exposés formels en portugais retransmis par le datashow, fut remarquée, ainsi que les exposés portant sur la traçabilité et les analyses : et qui correspondaient pour une part à un travail déjà réalisé sur place avec Cotrimaio.

En ce qui concerne les exposés « académiques », ils ont fait l'objet de demandes spécifiques :

- Un séminaire à la mi-année dans l'État de Santa Catarina et du Parana.
- Présentation dans le cadre d'agroprecura à Brasilia, le 13 avril : demande formulée par un fonctionnaire fédéral et un membre de l'EMBRAPA (finalement annulé le lundi suivant, l'administration ne pouvant suivre dans les délais la prise en charge des frais).
- Proposition de l'approfondissement d'un partenariat avec CRISALIDE, commençant par l'édition et la diffusion du guide stratégique des signes de qualité traduit en portugais, par le Pr Argemino Bruvin, de l'Université d'Ijuí qui, par ailleurs, a assuré avec l'aide de sa femme bénévolement, et avec talent, la traduction des interventions de la délégation française.

Jeudi : visites sur le terrain :

Le matin : L'usine de trituration, de Giovelli, partie prenante dans la filière Cotrimaio Genetic ID

L'impression des professionnels français fut favorable en ce qui concerne la possibilité d'y traiter les produits non OGM, sur le plan quantitatif et qualitatif. Cet avis s'ajoutait à ceux de MM de La Fouchardière et Monnier sur les possibilités de séparation (supérieures à celles du port de Montoire) sur le port du Rio Grande crédibilisant la possibilité d'établir une filière fiable au Rio Grande Do Sul, sous réserve, évidemment, de la capacité de la production à créer cette filière.

Après midi, visite de Cotrimaio, en réponse à cette interrogation. Présentation de la coopérative par son président et vice-président, et des procédures « qualité » par le directeur des ventes et le directeur de la société de service « Unitec » faisant fonction d'organisme certificateur. (après formation à Crisalide et Qualiouest en août 1999) : les documents étaient prêts. Ensuite eurent lieu des démonstrations à l'entrée en magasin, des procédures de saisie et de circulation des documents, d'échantillonnage et d'analyse, sur bandelettes pour l'analyse de conformité aux variétés non OGM. Les principes d'organisation et leur application impressionnèrent visiblement les professionnels français.

Dans la réunion qui suivit, ils expliquèrent que, contrairement à ce qu'avait pu leur faire entendre aux brésiliens la confédération paysanne de Mayenne et la CANA, la meilleure formule n'est pas l'achat FOB mais l'achat CAF, c'est à dire qu'il n'a aucune raison de remettre en cause le rôle des traders, qui achètent et vendent de part et d'autre de l'Atlantique, dès lors que ceux-ci avaient perçu la nécessité de créer un véritable marché du soja non-OGM

Ils s'engageaient, en revanche solennellement à faire savoir par voie de presse, et par contact direct avec les traders, que le Rio Grande Do Sul, unanimement déconsidéré jusqu'ici, était au contraire tout à fait crédible sur le plan international, via Cotrimaio, qu'ils estimaient que les garanties offertes par une véritable certification bien construite et bien pratiquée, valait largement les initiatives prises par ailleurs. Le modèle consistant dans le repérage de régions présentant peu de risques initiaux (zones éloignées de tout avec quelques gros opérateurs), soumis seulement à un cahier de procédures, avec contrôle final.

Le double but assigné à la mission : perspectives en matière de marché du soja non OGM et promotion de la certification est donc en voie d'être atteint. Au-delà de la requalification de Cotrimaio qui risquait d'être peu compétitif pour le marché OGM et non crédible sur celui du non OGM, malgré la décision étatique d'interdire les OGM, il y a un transfert de méthode de développement qui devrait dans les années à venir avoir des répercussions autrement plus importantes que l'installation de filières en FOB, spectaculaires certes, mais très difficiles à gérer dans le contexte international et surtout ne créant pas de savoir-faire spécifique pour la diversification.

Vendredi 6

Matin : Coopérative Cotrisur

C'est la plus grande coopérative du Rio Grande Do Sul, avec 20 000 adhérents. C'est in agent majeur dans le système soja.

Cette coopérative de stockage et d'approvisionnement, allant jusqu'au consommateur, via des petits supermarchés, ne s'est pas lancée dans l'aventure non OGM malgré l'interdit gouvernemental, préférant observer la tournure des événements avec Cotrimaio. La visite des silos, supermarchés et usine d'aliments du bétail, n'a rien apporté d'autre que l'impression de puissance, à défaut de finesse stratégique de cette coopérative capable de lancer et maîtriser des investissements lourds. La relation adhérents - coopérative, qui confine cette dernière dans un rôle de société de service, collecte et transmission (par les voies les plus modernes) des informations internationales sur le marché du soja aux adhérents pour qu'ils déterminent eux-mêmes leur politique de vente, n'est pas de nature à créer et suivre des stratégies propres. C'est là une lacune importante tant en terme d'efficacité commerciale qu'en terme de diversification. Cette même situation est observée dans toutes les coopératives du Sud et Cotrimaio paye actuellement sa volonté d'avoir voulu procéder différemment, ce qui est une raison de plus de la soutenir, car la carence stratégique observée déborde largement le cadre du marché du soja et est handicap considérable pour la mise en place de systèmes différenciés, avec valeur ajoutée.

Lundi 10 avril

Emploi du temps organisé par le CITPAR : Corinne Gonzales

Matin :

Réunion à l'Université Pontificale. Entretien avec le président et le Pr.

Il s'agit d'une proposition directe de prise en main d'un cours pour les étudiants de 2^{ème} et 3^{ème} cycle avec accompagnement de dossier de développement.

Rencontre avec le professeur de l'Université de Londuema. Proposition pour un cours dans le cadre d'un séminaire sur la qualité des produits agro-alimentaires.

Après-midi :

Séminaire organisé spécialement à EMATEA par la BRDE, avec le soutien du Secrétariat d'Etat à l'Agriculture du Parana avec reprise de 3 conférences de la semaine précédente :

Produits écologiques et naturels, stratégie de certification, économie de filière : C'est cette dernière qui semble avoir le plus de répercussion sur les participants, montrant que, avant les techniques, c'est d'un schéma de fond de développement agricole, adapté aux PME-PMI, dont les états du Sud ont besoin.

Mardi 11 avril - Mercredi 12 avril

Séminaire organisé par le CITPAR sur la certification. Public : services de contrôles (EMATEA) ou de développement rural de l'Etat, chefs de projet de développement.

Dans ce séminaire limité à 15 personnes, le programme était celui des séminaires précédents, en plus opérationnel, c'est à dire illustré d'exemples et interactif avec les responsables du projet. Le premier acquis, qui a permis de dérouler le séminaire sans incompréhension majeure entre l'intervenant et le public, fut celui de la nette distinction entre la normalisation obligatoire et la certification.

Lundi soir

Après le séminaire : rencontre avec M Baillé, responsable au service des Relations internationales du Ministère de l'Agriculture, du programme OPTIMA ? qui actuellement est en cours d'évaluation. Le programme est à un tournant que l'on peut formuler ainsi : quand on veut préparer des entreprises au Transfert de Technologie, on pense à transférer des techniques de gestion permettant l'insertion harmonieuse des innovations dans le système : compte tenu de l'agressivité commerciale des États-Unis et de certains pays européens, qui ont déjà verrouillé les secteurs techniques de transfert, ISO 9000 et mutants, HACCP, il convient, pour ne pas être un propositaire comme un autre, suspecté d'être mû par le seul esprit de profit, de travailler en amont en proposant une philosophie de développement, une vision précise des tendances agro-alimentaires nationales et mondiales, et enfin des techniques de management de projet efficaces et transposables. Le transfert de technologie vient tout naturellement au bout de cette démarche à la fois de gagner la confiance et de proposer des solutions techniques vraiment adaptées au problème posé.

Lundi soir (19 heures) : Visite au TECPAR, en compagnie de M Baillé et des cadres de la BRDE

Cette structure qui ressemble à un centre technique très équipé en laboratoires, avec 400 salariés : elle est investie d'une mission précise de l'État pour le développement de 7 secteurs agricoles animaux et végétaux, allant de la semence à la distribution. Cet institut, doté de moyens importants, est chargé de promouvoir tous les compartiments du développement technologique : achat et test de technologie, joint-venture, mise en relations d'entreprises etc.... A ce titre, les technologies de D Genos en biologie moléculaire sont susceptibles de l'intéresser fortement. Une rencontre est souhaitée en ce sens rapidement.

Mardi soir

Après la clôture du séminaire : récession avec la BRDE, les responsables de la planification, les principales conclusions furent les suivantes :

1. le défaut de stratégies des coopératives
2. l'existence de possibilité réelles PME/PMI
3. La mise en place d'un comité de certification et d'action devant traiter les premiers dossiers avant de se constituer en Commission Nationale.

2ème partie

Le contenu du séminaire

1^{er} chapitre

Un cadre global de réflexion et d'action :

L'analyse de filière :

concept et méthode

Ce texte a été rédigé spécialement pour servir de base à une conférence. Il débouche sur la mise en évidence du rôle des signes de marque de qualité pour le développement des artisans et coopératives de producteurs.

1. La notion de filière est issue d'un choix politique majeur

1.1 La genèse de ce choix politique

Lors de la construction de la communauté Économique Européenne, la France, forte de son agriculture, de sa tradition et de ses valeurs paysannes, s'est faite forte de devenir le grenier de l'Europe.

Malgré la puissance de son agriculture et la dimension de l'espace rural, ce pari était loin d'être gagné du fait, à l'époque, de l'extrême faiblesse d'un appareil industriel agro-alimentaire constitué essentiellement d'artisans et de coopératives « enfants de la misère ».

Ce pari a cependant été émis car il répondait à quelques enjeux politiques et sociétaux majeurs :

- Le maintien d'exploitations familiales, éléments importants de l'aménagement du territoire.
- La modernisation nécessaire de l'agriculture française considérée comme l'atout national principal dans le concert européen.
- La limitation de l'influence économique américaine et des images de gigantisme qu'elle véhicule.

1.2 Un pari original et globalement réussi

Ce pari reposait en fait sur la capacité des acteurs économiques – producteurs, transformateurs, commerçants – à structurer une offre à vocation internationale, et sur la capacité de l'Administration Française à accompagner un développement d'une industrie nouvelle ou quasiment. Il s'agissait pour elle :

- de donner de bonnes orientations à la fois sur le plan des quantités, de la qualité et des cadres pertinents pour la négociation des prix.

- d'assurer une partie importante de l'économie de la nation par le développement des territoires dispersés enfin permettant, tout en favorisant le développement et la croissance de l'économie du pays, de rester à taille humaine, en évitant de trop fortes concentrations internes d'entreprises.

Actuellement, l'ampleur du bilan peut être contestée en terme de nombre d'exploitations qu'il a fallu sacrifier à la modernisation, en terme de concentration élevée d'entreprises de certains secteurs (laitier, par exemple) ou en terme de qualité de l'environnement.

Il ne l'est pas sur le fait que la France dispose d'une industrie alimentaire nationale performante, en couvrant tous les grands secteurs d'activité et les secteurs géographiques, innovante et ayant assez bien résisté à la pénétration capitaliste des multinationales. Cette industrie se compose essentiellement de coopératives, souvent récentes, d'anciens artisans devenus industriels, les uns et les autres ayant réussi une transformation fondamentale en passant de l'état de conglomérat d'exploitations ou d'ateliers à l'état d'entreprises industrielles en ce qui est grosso modo une génération humaine.

Cette réussite provient essentiellement de ce qu'un certain nombre d'acteurs ont su créer des modes de relations de type partenarial, ce qui a permis une croissance conjointe d'un certain nombre d'entreprises. Elle vient aussi de ce que les Pouvoirs Publics ont disposé d'observations et d'analyses économiques permettant de déterminer des politiques agricoles et

alimentaires respectant le fragile équilibre modernisation – concentration, qu'ils ont su travailler de concert avec les représentants des professions agricoles et qu'ils ont pu aborder ainsi dans de bonnes conditions les négociations européennes.

Tout cela a été rendu possible parce que les pouvoirs publics comme les acteurs ont pu disposer d'un instrument d'analyse économique pertinent : l'analyse de filière qui leur a été forgé par différents économistes ayant su définir de nouveaux cadres de réflexion et d'action.

Après les travaux de De Farcy sur les chaînes, circuits, c'est la notion de filière que Le Bihan finit par imposer à travers une série de travaux réalisés au sein de son laboratoire d'économie¹. Cette méthode, qui annonçait l'économie industrielle, répondait au besoin urgent de connaissance d'une réalité complexe.

1.3 L'analyse de filière : une réponse au besoin urgent de connaissance d'une réalité complexe.

1.3.1 L'urgence

Elle était liée à la nécessité immédiate de définir une politique économique pour accompagner et maîtriser le développement souhaité les LAA. Elle ne permettait pas d'attendre la création d'une théorie ad hoc mais à utiliser au mieux les théories existantes dont il fallait donc avant tout déterminer les utilisations possibles et également les limites.

1.3.2 Les connaissances mobilisables

Or les possibilités offertes par la théorie manquaient de précision :

La micro-économie, à laquelle on pense spontanément (fonctionnement des marchés) s'est révélée très limitée. En effet, si l'on peut admettre que la situation de dispersion des LAA et du système de gros français (situation voulue, dans ce dernier cas, et plus ou moins géré par l'État), correspondait assez bien à une situation de marché de concurrence pure et parfaite, si l'on peut admettre en parallèle que les firmes multinationales représentaient la menace d'un oligopole échappant totalement ou quasiment à l'emprise de l'État et de la société : force est de constater que le passage de la dispersion à l'oligopole est perçu comme pratiquement inéluctable par la théorie économique mais que cette dernière ne fournit que peu d'éléments pour analyser les modalités de la transition, ni surtout les moyens de la contrôler en terme de volume et de temps.

Par ailleurs, la vision globalisante et intemporelle proposée par les économistes néoclassiques (l'entrepreneur maximisateur de profits) est trop simpliste pour décrire les modalités du développement des entreprises en milieu incertain et ne permet aucune prédiction.

Le seul repère existant était la concurrence monopolistique ou oligopolistique qui admet que les entreprises, faute de pouvoir atteindre la situation de domination du marché, restreignent celui-ci à un segment précis pour atteindre une situation de domination partielle : de la recherche de la domination du marché de la métallurgie, on passe à celle du sous-marché d'une ou de quelques pièces spécialisées.

¹ Omnium d'économie agro-alimentaire

Cette référence théorique est importante puisque c'est celle qui correspond le mieux à la vision des entreprises qui se traduit, en effet, par la recherche permanente de la différenciation sur les marchés, via les techniques de gestion regroupées dans le marketing management. Or ces dernières, à défaut d'être explicatives, donnaient les moyens de la compréhension de l'évolution et du positionnement des entreprises et des capacités de l'entreprise.

C'est donc cet ensemble de techniques de gestion permettant la compréhension des systèmes économiques qui a servi de base aux analyses de filières. Elles ont donc remplacé des théories qui ne pouvaient servir qu'à désigner des horizons lointains et flous et à expliquer a posteriori l'évolution et en aucun cas à la précéder.

1.3.3 L'observation d'une réalité complexe

L'objectif était de maintenir le maximum d'exploitations (complexité sociologique) sur le maximum de territoire (complexité géographique) par le développement d'un maximum de produits (complexité technique) pour des marchés les plus larges possibles (complexité commerciale) et par des voies de développement souvent différentes. Ce cumul de prise en compte de facteurs aussi variés nécessitait à la fois un système d'observation très fin et proche du terrain d'une part, et, d'autre part, un découpage facilitant la dite observation, le diagnostic et la prédiction.

2. L'analyse filière : découpage et méthode

2.1 La filière comme découpage pertinent de la réalité

La filière est avant tout un découpage pertinent de la réalité économique offrant les meilleures conditions d'observation et d'analyse.

Il se trouve que, de fait, circuits et chaînes d'opérateurs s'organisent autour de produits agricoles (d'où la définition), recoupant donc largement la notion de secteur et de branche, ce qui permet d'ailleurs à l'observateur de ne pas être totalement démuné en données macro-économiques.

A une production donnée : viande, fruits et légumes... correspond, dans la quasi-totalité des cas, des systèmes composés d'entreprises dédiées : abattoirs, stations fruitières ou légumières, commerçant avec des grossistes spécialisés ou des centrales d'achat dans lesquelles des installations sont spécialisées également) et enfin des magasins de détail spécialisés ou des rayons autonomes et spécifiquement équipés dans les magasins généralistes.

C'est donc largement autour de ces produits que s'organise le jeu commercial concerné par l'acheminement du produit mais aussi celui qui résulte des investissements. C'est pour améliorer le produit que l'on crée des innovations.

La spécificité du produit explique assez bien l'organisation économique qui tend à sa valorisation.

2.2 la filière comme lieu d'exercice des structures et des stratégies

De Farcy avait bien perçu la nécessité de découpage du champ économique en définissant les notions de chaînes (suites d'opérateurs travaillant ensemble) de circuits (itinéraire technique d'un produit). La notion de filière regroupe ces deux dimensions, mais en ajoute une troisième

qui est purement dynamique. Les interactions générées, le long du circuit par les chaînes d'opérateurs œuvrant à la fois dans leur intérêt et dans un but commun : la mise à disposition du consommateur d'un bien dont la performance prix est conditionnée par l'ensemble des performances techniques et organisationnelles de la chaîne des opérateurs.

Or, ces performances sont elle-même conditionnées par les capacités structurelles et stratégiques des opérateurs.

Au-delà de la définition de Davis & Goldberg (1960) désignant la filière comme « l'ensemble des opérateurs participant à la production, la transformation et la distribution d'un produit agricole » il convient donc d'appréhender que le terme « d'opérateurs » recouvre la notion de structures et de stratégies qui se confrontent, ou au contraire se mettent en phase, dans le but d'obtenir une performance économique à la fois collective et individuelle.

Ce jeu structurel et stratégique résulte d'un libre choix des opérateurs après analyse du marché, de leur propre capacité concurrentielle et d'adéquation aux besoins de leurs partenaires d'amont et d'aval.

2.3 La filière comme lieu de dialogue

La nécessité d'observer la réalité a été à la base d'une approche très près du terrain. Avant d'analyser, il convenait d'abord d'observer finement la réalité, c'est à dire que, après le nécessaire panorama statistique (extrêmement limité) il convenait de prélever les données là où elles se créaient c'est à dire dans les entreprises. Cette nécessité entraînait d'autres et en particulier :

- celle de faire partager à l'entrepreneur l'objectif de l'investigation : C'est dans la mesure où il adhère à l'idée de construction maîtrisée des industries agro-alimentaires qu'il pouvait ouvrir ses comptes, décrire sa stratégie, et en échange profiter des facilités financières et réglementaires.

- celle de parler le langage de l'entreprise-même, qui n'est pas celui de l'économie générale, mais de la gestion et donc du marketing management, dont la diffusion dans les entreprises explique largement le développement des IAA en France.

- celle, pour l'observateur (chercheur, fonctionnaire), de devenir aussi acteur : ne pouvant se contenter du rôle passif d'observateur, il doit aussi faire remonter à l'entrepreneur, ce résultat total ou partiel de ses investigations, et, au-delà, de tous les éléments permettant à l'entrepreneur de situer son entreprise dans le contexte concurrentiel national et international, dans le contexte réglementaire et législatif.

25-L'adéquation entre les structures des différents niveaux : les relations préférentielles.

La recherche du débouché ou du fournisseur, dans le cas des structures indépendantes, ne se fait pas au hasard. Les théories managériales font apparaître qu'ils sont le résultat de démarches volontaires pour lesquelles on se dote des moyens adéquats. Dans la réalité des faits, le chef d'entreprise raisonne avant tout en fonction de sa capacité propre et de sa disponibilité physique et mentale, tant que l'on reste dans le schéma de « l'homme-orchestre ». Même lorsque l'entreprise se structure, ces réflexes élémentaires ont tendance à subsister sous des formes atténuées.

La part de la tradition et des habitudes sera donc importante dans les choix stratégiques, au moins au départ. Cependant, ces attitudes largement personnelles ne permettent d'accéder à

une performance durable que si elles induisent des actions qui correspondent aux capacités techniques et organisationnelles des entreprises.

Les préférences des entrepreneurs en matière de choix d'interlocuteurs refléteront donc les caractéristiques principales des structures : le volume traité mais aussi son homogénéité et sa disponibilité dans le temps et dans l'espace.

3. La situation actuelle de l'analyse de filière

3.1 Une reconnaissance théorique

Rappelons que l'économie industrielle est apparue dans les années 70 afin précisément de pallier l'incapacité qu'avaient les théories économiques à expliquer et comprendre et prédire le développement de types d'activités dès lors qu'on n'était pas en situation oligopolistique (mésø-économie). L'un des premiers acquis de l'économie industrielle a été de reconnaître la portée d'instruments du marketing management comme outil pertinent pour procéder à des analyses économiques. Ainsi, un certain nombre de concepts utilisés dans le cadre de l'économie de filière se sont trouvés validés et légitimés dans des cadres plus larges que l'entreprise : citons le cycle de vie du produit, la diversification, théorie des jeux, de l'apprentissage (Porter, Morvan...).

C'est tout naturellement que l'analyse de filière elle-même a été considérée comme un concept fondamental de l'économie industrielle en tant qu'outil d'accompagnement de la politique économique.

3.2 L'économie de filière, cadre d'apparition et de gestion d'un important patrimoine collectif

Les pouvoirs publics français, dans leur souci de garder au maximum l'indépendance économique de structures dispersées leur ont offert des instruments de valorisation collective : les Labels Rouges, les Certificats de Conformité, qui venaient s'ajouter aux Appellations d'Origine.

Le développement spectaculaire de la certification est l'héritage direct de l'analyse de filière : des opérateurs complémentaires ont su travailler ensemble sous l'œil bienveillant et vigilant des pouvoirs publics.

Conclusion

L'analyse de filière repose donc sur plusieurs fondements :

1. C'est un pari sur le développement endogène d'une industrie par apparition d'entreprises nouvelles ou transformation d'anciennes : de l'artisanat au préindustriel, du préindustriel à l'industriel.
2. Ce pari ne peut être tenu que si l'on a un instrument permanent d'observation et d'analyse du corps économique, en vue de l'action de politique économique.
3. Cela suppose que les Pouvoirs Publics et instances professionnelles ont les moyens de la dite politique et surtout une stratégie mêlant la modération de la concentration aux seules exigences de la compétitivité et l'incitation aux investissements matériels et immatériels (innovation, recherche et développement, marketing).
4. Cela suppose un accompagnement conceptuel et méthodologique susceptible d'accompagner ce développement c'est à dire capable de mettre en œuvre des recherches économiques et/ou pluridisciplinaires susceptibles de mettre en œuvre l'outil d'observation et d'analyse en lui assurant à la fois un bon niveau théorique tout en gardant une approche pragmatique.

Métaphore

On serait donc dans la situation où une armada de bateaux à rames aurait à traverser un fleuve, sachant que seuls quelques-uns y parviendront, mais que la seule donnée que l'on ait est que les talents des rameurs sont différents et que chacun essaie de donner le coup de rame le plus efficace possible.

On ne sait pas en échange qui est en compétition avec qui, la vitesse du courant, le poids des barques, la largeur du fleuve, les données météorologiques ou même la compétence des rameurs ni celle de son équipage.

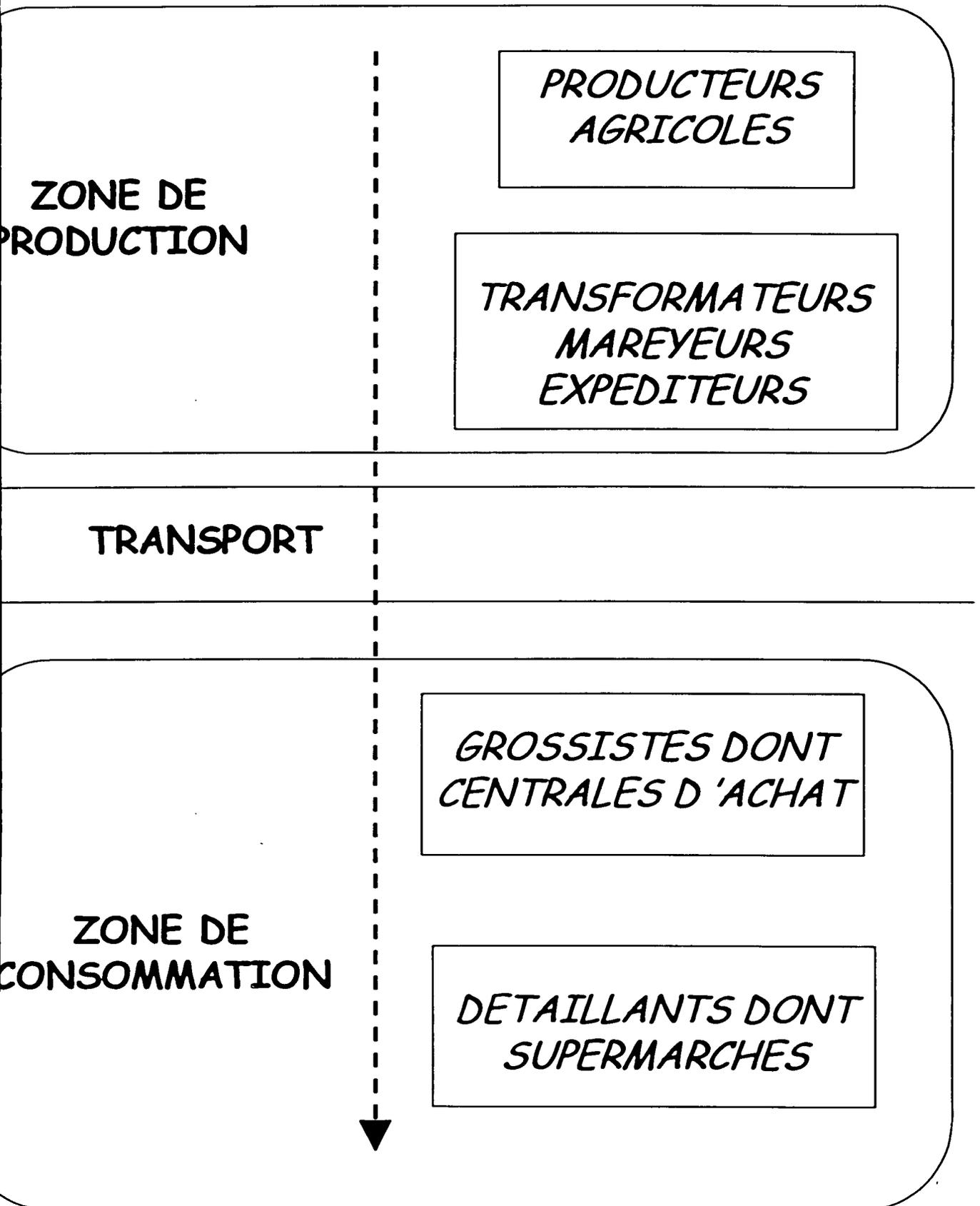
Les rameurs se voyaient ainsi assignés un but et un itinéraire ainsi que des méthodes pour apprécier le sens du courant...

Ainsi les rameurs se trouvent-ils informés d'éléments météorologiques, vitesse du courant...

Chaque relation jusqu'ici résulte en principe du libre choix de l'opérateur, même si l'affirmation de la domination de la grande distribution fait peser sur les filières un ensemble de contraintes limitant de fait un certain nombre de choix.

La complexité de l'observation a nécessité de procéder à un découpage de la réalité permettant l'analyse des interactions, d'où la notion de filière.

SCHEMA TYPE DE FILIERE



2ème chapitre

Outils stratégiques :

Les signes de qualité

Comment les choisir ?
Comment s'en servir ?

Ce chapitre regroupe 2 textes :

Le 1^{er} expose le rôle de la certification dans la dynamique de filière et peut être considéré comme une introduction au guide stratégique sur les signes de qualité traduit en brésilien.

Auteur Marc LEUSIE.

Le 2ème présente les auteurs de la certification.

Auteur Yves MONTECOT.

Filière et certification

A plusieurs reprises dans l'histoire, l'État s'est investi dans l'économie agricole et alimentaire afin d'aider des petites structures des moyens de se développer sur les marchés.

La première initiative a été prise en 1914 et a concerné les productions dont la spécificité était tributaire de conditions géo-climatiques particulières et de savoir-faire spécifiques, en particulier les vins et les fromages.

La deuxième est intervenue dans les années 60 et est une conséquence directe de l'industrialisation. Elle a consisté à définir, suite à une crise qui avait affecté la production avicole, un niveau de qualité défini par un cahier des charges national avec, en contrepartie, l'utilisation d'une marque propriété du Ministère de l'Agriculture (le Label Rouge) et l'autorisation d'utiliser des mentions valorisantes (fermier, plein air...). Elle a concerné en priorité les volailles mais elle concerne aussi les porcs, bovins, huîtres, céréales...

La troisième date des années 80, où les Pouvoirs Publics se sont souciés de donner à toute entreprise détentrice d'un savoir-faire spécifique, les moyens de le faire reconnaître sur des segments spécifiques. L'intérêt de cette « certification conforme » est principalement de donner un support institutionnel au développement de vraies marques, synonymes de spécificités, d'homogénéité et de régularité de la production, dans les PME-PMI agro-alimentaires. Il est en effet très difficile pour elles d'assurer la notoriété de leur produit, par voie publicitaire, pour des raisons de coûts. La détention d'un certificat de conformité comble en partie cette lacune, à charge pour l'entreprise d'en faire le meilleur usage pour la promotion de sa marque.

L'intervention de l'État se justifie dans tous les cas par la volonté de donner aux entreprises agro-alimentaires, quelle que soit leur taille, des moyens de communication qui soient à la hauteur de leurs capacités techniques et ne subissent donc pas de ce côté un handicap face aux groupes industriels. Ne pouvant intervenir sous forme monétaire pour ne pas faire de distorsion de concurrence, il se contente de fournir un cadre réglementaire pour attester la réalité des efforts faits par les entreprises et les résultats qui se concrétisent dans la qualité des produits.

La certification peut être considérée comme la plus belle expression de la dynamique de filière. En effet, la certification engage plusieurs opérateurs qui œuvrent à différents niveaux. La création d'une dynamique entre ces différents acteurs s'exprime par :

- **la reconnaissance d'une communauté d'objectifs et de démarche.** Pour permettre l'élaboration d'un produit, son développement et sa promotion. Cela suppose que les acteurs croient en leur projet et le perçoivent comme susceptible de leur procurer un surcroît économique satisfaisant qui s'exprime en terme de quantités vendues, de prix unitaires, de notoriété, d'image... ils voient ce développement à travers une démarche centrée sur les valeurs liées à la qualité : savoir-faire, évaluation technique, amélioration pour la prise en compte maximale de satisfaction des utilisateurs et consommateurs, et obtenir ainsi leur confiance.

- **La mise en commun des moyens nécessaires à ces objectifs.** Elle porte sur :

- ♦ les moyens techniques : pratique d'essais, mises au point... ;
- ♦ les moyens humains : affectation de salariés, embauches spécifiques ;
- ♦ le temps consacré par les responsables pour la réflexion et pour asseoir le crédit de la démarche auprès des instances de soutien ;

♦ les finances : achat de matériel expérimental, déplacements, rémunérations de prestations extérieures (financées par un budget collectif : les coûts de concertation restant à la charge des opérateurs eux-mêmes).

On reconnaît à travers ces éléments une logique partenariale évidente, où la recherche d'accords dans le moyen-long terme prévaut sur celle d'un profit immédiat par la négociation ponctuelle.

La certification comme élément de couverture du marché

Ces trois formes de certification permettent aux entreprises de se valoriser et de se créer une notoriété, quel que soit leur avantage compétitif : un produit dont les qualités sont reconnues traditionnellement (Appellation d'origine), un niveau technologique permettant d'exploiter le haut de gamme, ou une capacité de savoir adapter son produit à des segments de marché précis qu'ils ont eux-mêmes choisis car ils correspondent le mieux au savoir-faire de l'entreprise.

Pour une transposition

L'exemple français demande que l'instauration de chaînes d'opérateurs soumise au diktat d'un opérateur dominant assumant à la fois le rôle de prescripteur d'aval (proposition à la clientèle), et de prescripteur d'amont : imposition de cahier des charges sans dialogue véritable, n'est pas une fatalité.

La pratique de la concertation interprofessionnelle peut donner d'excellents résultats en matière de développement, l'État pouvant s'impliquer et encourager les initiatives par la définition de cadres réglementaires, mise en place d'infrastructures et d'instruments de conseils et de Recherche Développement en mettant l'accent sur un accès facile aux services par les PME, PMI de statut commercial ou coopératif.

On peut cependant poser le problème de l'actualité de l'analyse de filière dans les pays émergents. Il est évident qu'ils peuvent se dispenser du parcours réalisé en France. Ils doivent donc, en conséquence, utiliser les résultats de ce cheminement. Nous avons exprimé que la forme la plus achevée de l'économie de filière était la certification produit car elle est complémentaire des certifications de type ISO 9000, de la démarche HACCP, qu'elle reconnaît et facilite les démarches innovantes, qu'elle permet l'intervention des Pouvoirs Publics (incitation, accompagnement) sans entrer dans les distorsions de concurrence, qu'elle favorise l'apparition et la diffusion d'une culture partenariale, qu'elle permet une bonne couverture géographique et sectorielle, et qu'elle représente un véritable modèle de développement : complémentaire à l'industriel, nécessaire souvent pour la grande exportation (volailles) et alternatif, voire prioritaire pour fournir les marchés locaux le Mercosur, et également des marchés spécifiques de grande exportation, comme le soja garanti non OGM.

Si la certification doit constituer le fer de lance du développement endogène des IAA brésiliennes, le chemin à suivre en priorité est l'acquisition des outils de base de la certification, c'est à dire dans la mise en place d'organismes certificateurs obéissant à la norme EN 45011. Une première action a eu lieu en 1998 avec le soutien du Ministère de l'Agriculture français et de l'ONUDI, avec l'objectif de pouvoir capter le marché du soja garanti non OGM en Europe. Cette expérience peut en amener d'autres et le cadre réglementaire et fonctionnel ainsi créé sera précieux pour assurer le développement endogène des IAA brésiliennes.

Os atores da certificação

MONTÉCOT Yves

• Introdução

Os consumidores exigem cada vez mais informações e garantias.

É da responsabilidade dos produtores responder a esta preocupação tanto para o consumidor final quanto para o cliente intermediário na cadeia de fabricação.

A escolha do sistema de controle é conseqüentemente primordial para o futuro.

Objetivo da certificação

- informação
- confiança
- rastreabilidade

Condição necessária indispensável

Ação voluntária do :

- Estado
- dos produtores agrícolas
- dos operadores industriais

1. O compromisso do Estado que :

- homologa a lista de tarefas (Seção Referencial)
- valida as etiquetas (Seção Referencial)
- reconhece os organismos de certificação (Seção de reconhecimento)

da a sua assinatura
mais

pode retirar : homologação – validação – reconhecimento

Meios : Comissão nacional
em parceria : funcionários públicos – produtores – industriais – utilizadores –
peritos – organismos certificadores

2. O compromisso dos operadores

2.1 Definir as características específicas do produto

=
critérios objectivos
 medíveis
 - rastreáveis
 significativos

definir a comunicação (etiqueta)

=
lista de tarefas

Integrantes : todos os operadores interessados pela ação

Organizados : - em agrupamento
 - em interprofissão
 são os responsáveis dos produtos

Condições

- Consulta pública da lista de tarefas para receber oposições
- Definir os controles **internos** realizados pelos agricultores, os próprios industriais
- Demonstrar a realização econômica
- Obter a homologação do Estado

2.2. Os operadores se comprometem a respeito dos critérios previstos na lista de tarefas

Os controles

- pelo Estado
- pelo ORGANISMO CERTIFICADOR
=
 - ◆ independência
 - ◆ imparcialidade
 - ◆ competência
 - ◆ eficiência

O organismo certificador é um organismo privado reconhecido pelo Estado

- colégio externo : membros exteriores à profissão :
 - ◆ preeminência
 - ◆ direito de veto
- colégio interno : operadores comprometidos na produção :
 - ◆ conhecimento
 - ◆ prática
 - ◆ experiência

Conclusão

A política dos atores é uma **importante vantagem** :

- dinamismo
- compromisso
- realismo
- economia

=

realização
confiança
localmente e internacionalmente
(acreditação)

Representa uma estratégia de futuro.

Produto : derivados possíveis

Multiprodutos : adaptável
bases por produto

Adaptado à demanda do cliente pela implementação

de meios de domínio e controles

O compromisso voluntário de todos os atores agrícolas, industriais, clientes, consumidores, permite satisfazer o domínio da certificação adaptada à demanda dos clientes, tanto de um ponto de vista técnico quanto econômico.

O compromisso do Estado e a sua assinatura numa área que vai além da regulamentação é uma prova da confiança neste controle.

3ème chapitre

Outils stratégiques :

L'analyse sémiologique

Une nouvelle méthode d'étude de marché rapide et peu coûteuse

*Cette méthode a été élaborée en collaboration avec la Chaire de linguistique de Paris V Sorbonne et a fait l'objet d'un chapitre dans le livre « Sémiologie et Entreprise » Dunod. Elle a été utilisée pour caractériser de nouveaux marchés dans l'Union Européenne et pour évaluer les risques d'images liées à l'emploi des technologies nouvelles : OGM, Nucléaire....
Le 1^{er} texte présenté expose la méthode sur un exemple qui a déjà été développé qui a été développé précédemment pour le club OPTIMA du Brésil. Le 2nd texte expose les perspectives des produits à image écologique et naturelle tel qu'elles ont été définies lors d'une étude de ce type.*

L'analyse sémio linguistique.

Le principe : exploiter l'information déjà disponible sur la famille de produits. Pour promouvoir son produit, chaque entreprise analyse son marché : c'est à dire la consommation et ses concurrents. Les messages publicitaires sont une synthèse : on veut intéresser le consommateur en mettant en évidence les caractéristiques du produit ou tout argument qui contribue à sa valorisation.

Toutes ces publicités : affiches, étiquettes, brochures, divers...constituent un « corpus » d'informations de valeur sur les marchés. Pour être efficace, il faut les étudier scientifiquement par la statistique : c'est l'objet de l'analyse sémio-linguistique.

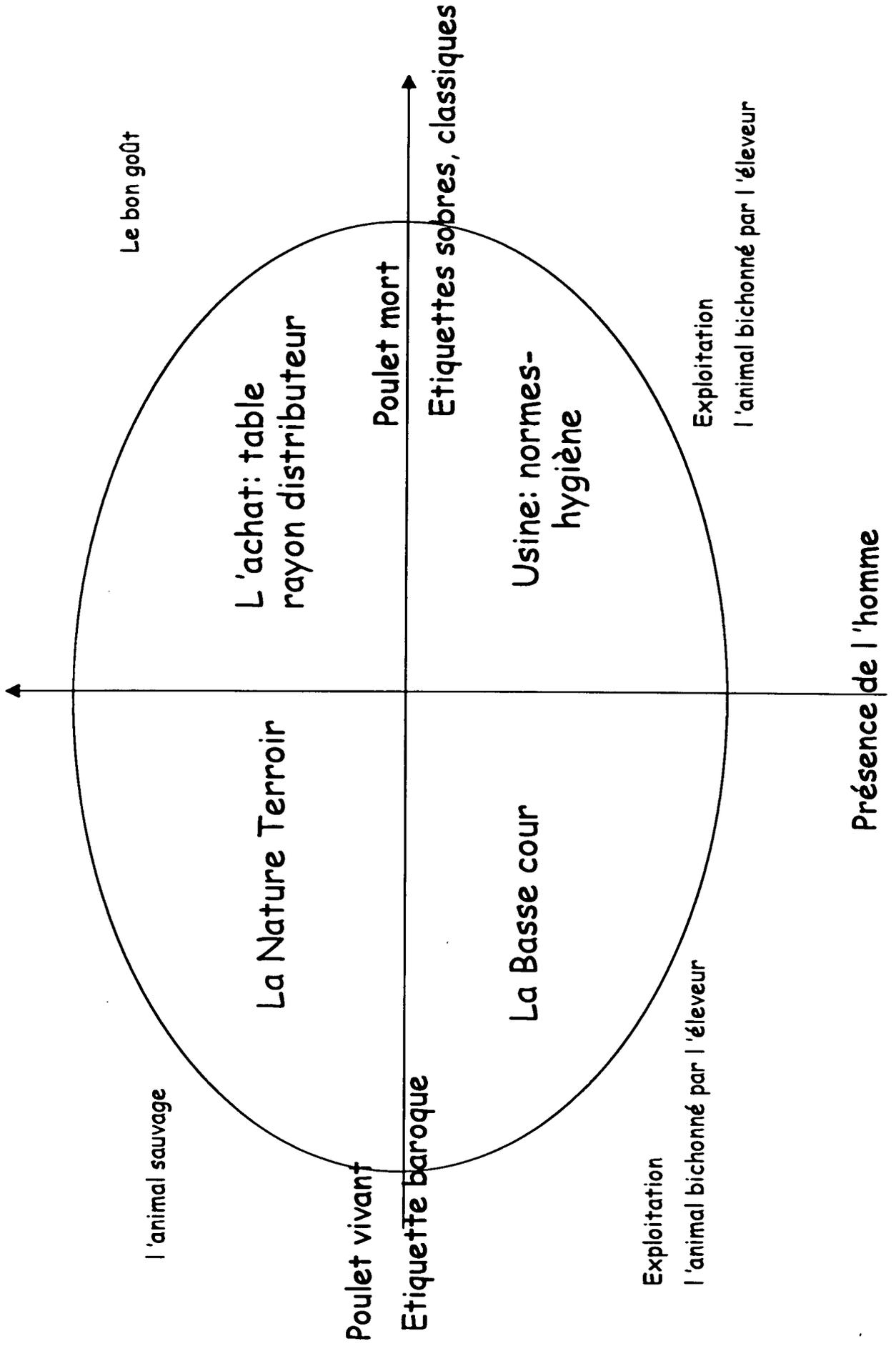
Définition : la sémiologie est la science qui étudie les signes utilisés dans la vie sociale et économique.

D'abord très orientée sur la vie sociale, elle trouve de plus en plus d'applications en marketing.

La méthode :

- Recensement du « corpus »
- Sélection des documents les plus pertinents tenant compte du support choisi (type de journal...)
- L'expertise
 - ☞ Mise en évidence des intentions du communicateur : indices signifiants (mots, associations de mots, couleurs, graphisme, mise en scène des hommes et animaux), façons de présenter le produit :
 - ☞ Traitement statistique global, selon les mêmes principes et outils statistiques d'une enquête de consommation.

Les résultats : cf. graphique joint



Commentaires

Qui est responsable de la qualité selon les types de volailles ?

- Les producteurs : représentations : homme proche de l'animal vivant, terroir traditionnel, basse-cour, référence au passé et à la nature sauvage dans la ferme.
Il s'agit de volailles de luxe, à prix élevé. Les étiquettes sont riches et baroques. C'est le modèle dominant en France.
- Le transformateur : usine moderne vue de l'extérieur ou de l'intérieur (chaines) : normes et hygiène. Le transformateur oriente l'action du producteur. L'animal est présenté conditionné. Il s'agit de volailles standard à haute fiabilité industrielle. La communication est classique et sobre. C'est le modèle allemand.
- Le distributeur : un magasin ou la famille à table. Les distributeurs sont capables de trouver et de juger la marchandise de qualité là où elle est, qu'elle soit dans un système industriel ou proche de la nature et les consommateurs les apprécient sur le plan gastronomique. Il s'agit de volailles standards ou standards « améliorées ». L'étiquetage est plutôt sobre et classique.
C'est le modèle dominant en Angleterre.

L'emploi de cette méthode, complétée par quelques analyses qualitatives a permis de définir ou de valider une méthode d'élevage et une communication pour proposer des volailles françaises de qualité sur les marchés allemand et anglais.

Le marché des produits écologiques et naturels

1. Rôle de la nature et de l'environnement

Un cadran reste libre : celui qui correspond à la nature sauvage, proche souvent de la notion d'environnement. Il est à la disposition du responsable de la qualité qui doit prouver, en plus de la qualité de son produit, qu'il respecte l'environnement.

2. Comment capter le cadran « nature-environnement »

Trois stratégies possibles :

Les axes de ces stratégies sont les suivants :

1^{er} axe : le degré de construction de l'homme : technologie, élaboration de la communication.

2^{ème} axe : il oppose deux conceptions de l'environnement et donc de l'agriculture : maîtrise physico-chimique ou maîtrise biologique.

Définition des trois stratégies :

1. La référence au naturel pur : production de terroir et production organique.
2. L'amélioration des techniques industrielles (agriculture raisonnée).
3. Création de nouveaux modèles du vivant :
 - par apport de nouvelles technologies dans des productions à image naturelle : la production fermière.
 - par l'utilisation scientifique de mécanismes naturels : production intégrée.

1^{ère} stratégie : valorisation de la nature et de la tradition

1^{er} cas : production de Terroir : Appellations d'Origine.

En France = 10% de part de marché : vin, fromages

Relations à la nature :

L'agriculture traditionnelle est peu intensive avec peu de produits chimiques et limitation des rendements. Le respect de la nature garantit la typicité et l'authenticité des produits.

La communication :

Référence à l'origine, axée sur le produit avec affirmation du caractère naturel et traditionnel.

2^{ème} cas : La production organique

En France 1% de part de marché.

Demande : 4 parties

L'absence de produits chimiques garantit la qualité.

La communication : Label AB

Centrée sur le produit : la pomme est organique. Procédé par affirmation surtout sur la relation entre la santé et la nature.

Impact et perspectives des deux :

Basée sur un savoir-faire empirique de la matière et du vivant en même temps des producteurs. Elles mettent en évidence la qualité ou les spécificités d'un produit. Les images sont fragiles car la qualité « commerciale » manque souvent.

Une atteinte à la nature se répercute directement sur l'image des produits.

L'affirmation peut être jugée insuffisante ou suspecte.

CONCLUSION :

Les images sont fortes, mais les techniques et la communication doivent évoluer pour permettre la continuation du développement.

2-Stratégie : Améliorer l'image de l'agriculture productiviste : l'agriculture raisonnée.

Objectifs :

- Remédier aux abus qui causent la détérioration des éléments naturels.
- L'ensemble de l'agriculture est concerné.
- Programmes expérimentaux.
- La démarche est très large. Des distributeurs en font un thème de valorisation.
- Communication :
 - Son objet est de restaurer l'image des producteurs.
 - L'axe principal est la disculpation en amenant des preuves scientifiques ou techniques (analyses, certification d'exploitations de type ISO).

Synthèse : Ce n'est pas une voie de valorisation des produits, mais une remise à niveau technique et d'image du producteur agricole comme gardien de la nature.

3- Stratégies de créer de nouveaux modèles du vivant

1^{er} cas : La production fermière sous Label Rouge : l'optique « technologie » pour la promotion de la qualité.

Elle s'est développée sous le Label Rouge en adoptant des technologies de type industriels, mais qui respectait le fond du concept « fermier » production de qualité dans laquelle l'agriculteur s'implique personnellement avec un savoir faire spécifique et évolutif.

Demande : 70 % de notoriété spontanée. Développement en cas de crise sur la viande.

Relation à la nature : c'est une agriculture familiale modernisée, respectueuse des équilibres biologiques.

Sa modernisation préserve l'essentiel de l'image : respect de l'animal en contact avec la nature, alimentation naturelle, soin spécial du producteur, médecine douce, reconstitution d'éco-systèmes : arbres, paysages...

Communication : construite autour du producteur, sur un ton de proposition

2^{ème} cas : Méthode de production intégrée

Méthodes qui jouent sur les équilibres biologiques, en application de résultats scientifiques.
Exemple : les coccinelles, bactéries.

Concept peu connu du grand public (souvent confondu avec l'agriculture raisonnée).

La relation à la nature est complexe, c'est en grande partie par rapport à cette complexité que l'on a développé les recherches sur les OGM.

Il y a une forte diminution de l'usage des produits chimiques, mais il y a aussi des risques.

Communication : basée sur la proposition, mais elle est difficile car le message est nuancé (moins de produits chimiques...).

Synthèse : Les nouvelles méthodes du vivant (y compris la production intégrée) permettent de constituer ou de faire évoluer le concept produit des marques de qualité, mais une méthode seule n'est pas valorisable.

4ème chapitre

Tendances :

Les consommateurs français face aux OGM

Les perspectives pour la construction d'une filière de soja garantie non OGM

Ce texte est la présentation des résultats d'une recherche soutenue par le Ministère de la recherche et le Ministère de l'agriculture français réalisé par CRISALIDE en collaboration avec l'INRA UREQUA et la Chaire linguistique de la Sorbonne

Les exigences du consommateurs français

Résultat d'enquêtes auprès de 1 100 consommateurs dont 50 entretiens approfondis

CRISALIDE

UREQUA

Pôle Qualité du Maine – Le Mans

Les exigences des consommateurs français

Résumé – Marc LEUSIE

Une enquête portant sur plus de 1 000 personnes selon la méthode des quotas, a permis de mettre en évidence :

- Que la majorité des consommateurs se méfie des OGM.
- Que cette méfiance provient d'attitude, plus générale, vis à vis de la science, de la technologie.
- Que la notion de risque est mal appréhendé par les consommateurs (qui se réfugient dans la croyance).
- Que le débat scientifique relayé par les médias n'a pas aidé les consommateurs à se faire une opinion construite et raisonnée.
- Qu'il n'y a pas de crise réelle des OGM puisqu'il n'y a pas d'objet visible de ses méfaits.
- Qu'en conséquence il est nécessaire de rebâtir entièrement les termes du débat.

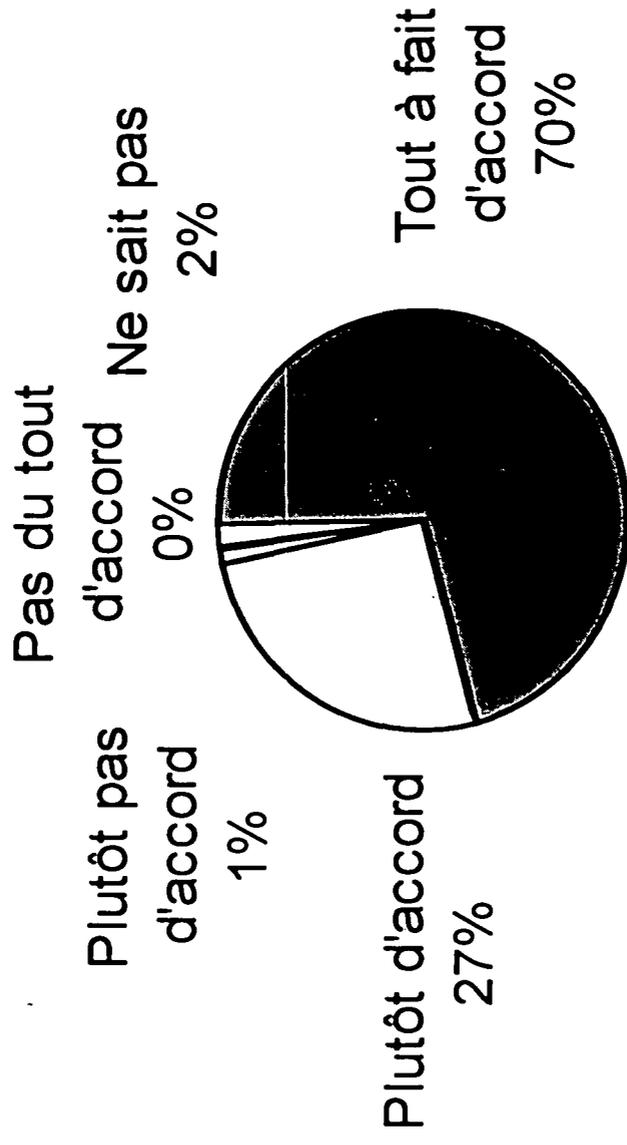
Ces termes sont les suivants :

- Créer des connaissances scientifiques utiles pour que le débat scientifique et puisse reprendre sur de nouvelles bases, claires et accessible par les citoyens
- Accompagner les citoyens dans leur démarche par un dialogue spécifique avec des groupes de volontaires.
- Créer ainsi un dialogue de haut niveau entre scientifiques, pouvoirs publics et citoyens.

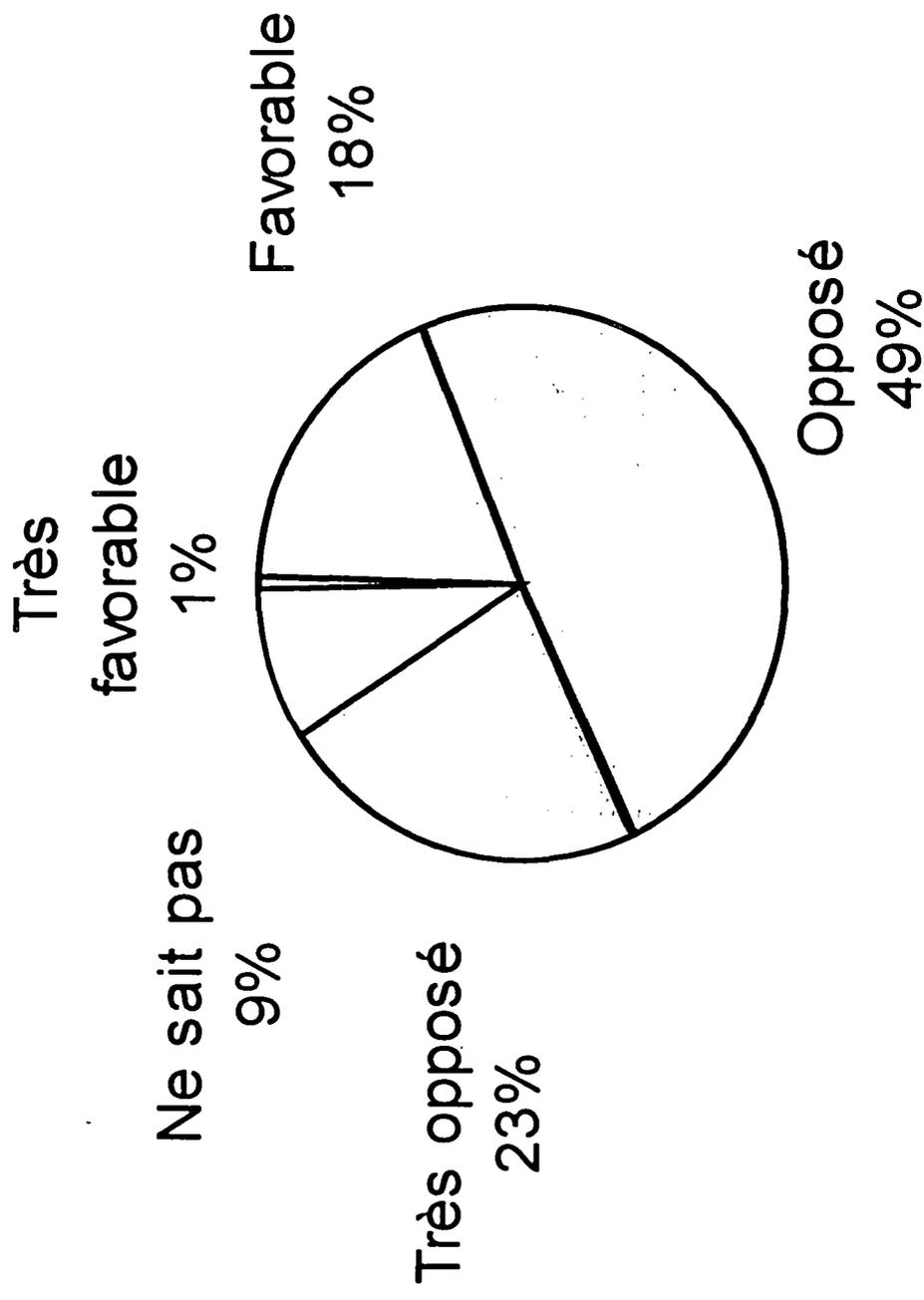
En attendant que ce débat soit relancé et même à son terme, il est nécessaire d'éviter des décisions amenant une situation de crise, c'est-à-dire de continuer à fournir les matières premières de l'alimentation animale telles qu'elles étaient avant que le problème des OGM se pose. Il y a là un horizon d'une dizaine d'années.

Cette nouvelle contrainte suppose de renforcer la crédibilité des opérateurs brésiliens sur les marchés européens, d'où la nécessité de mettre en place les outils de la certification des produits. C'est un investissement lourd, mais il peut être amorti sur d'autres actions que le soja non-OGM et être déterminant dans le développement des IAA brésiliennes.

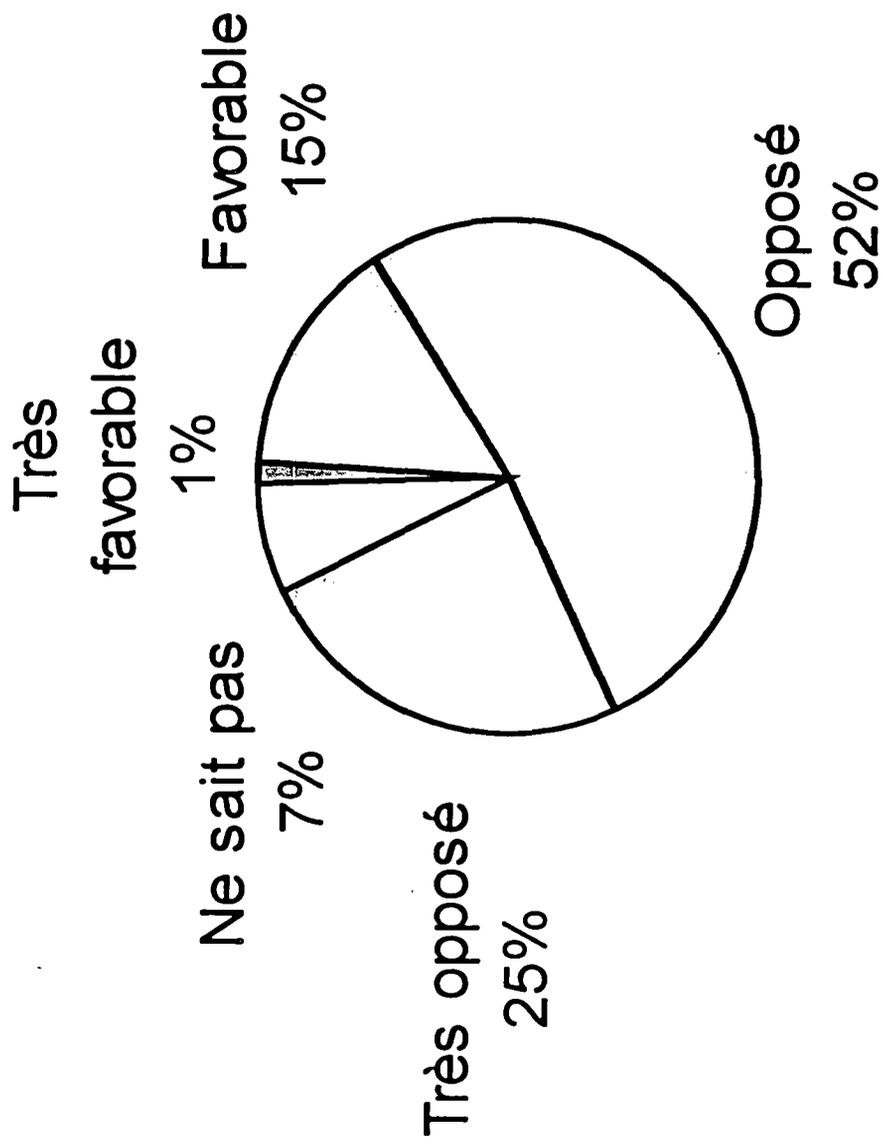
NIVEAU D'INQUIETUDE OGM



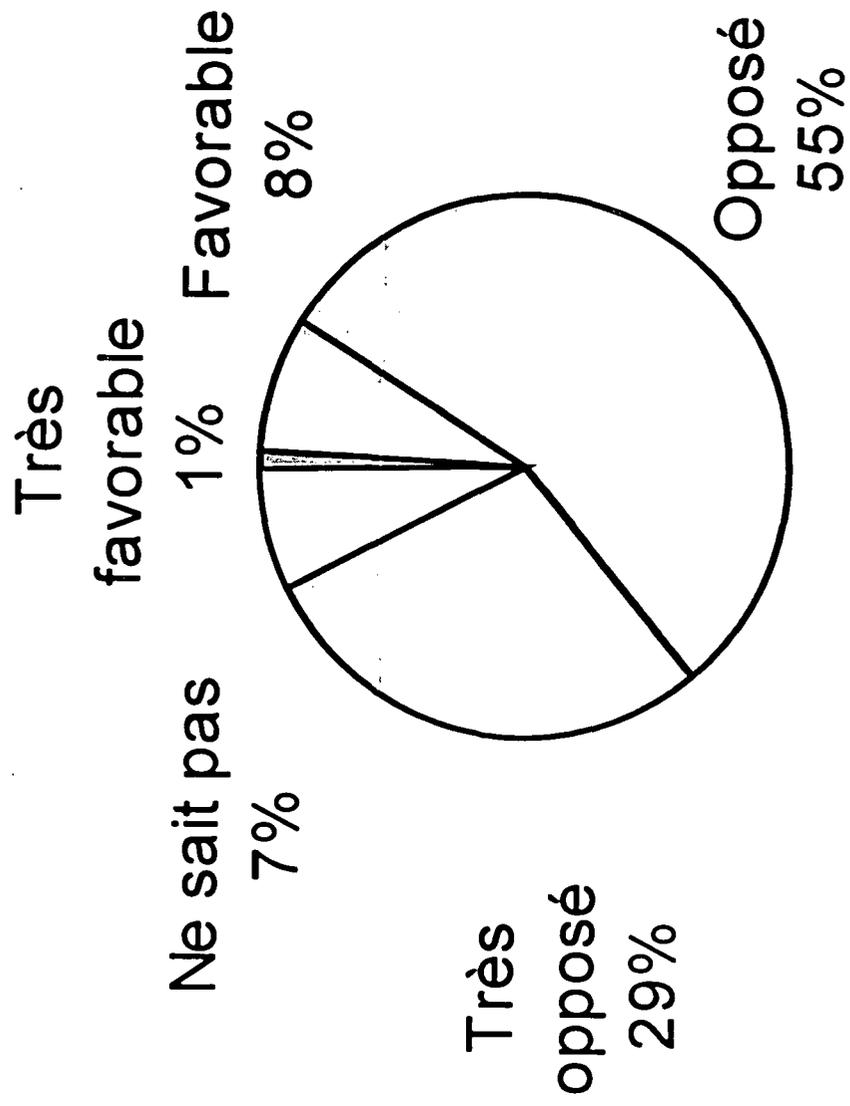
ALIMENTATION ELEVAGE



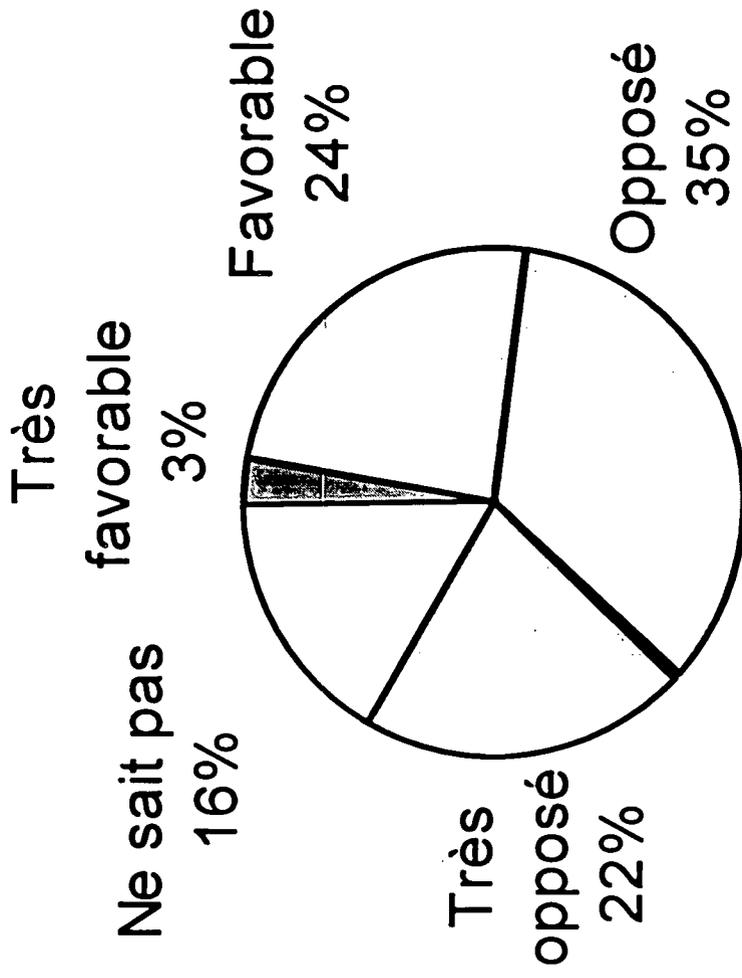
LEGUMES



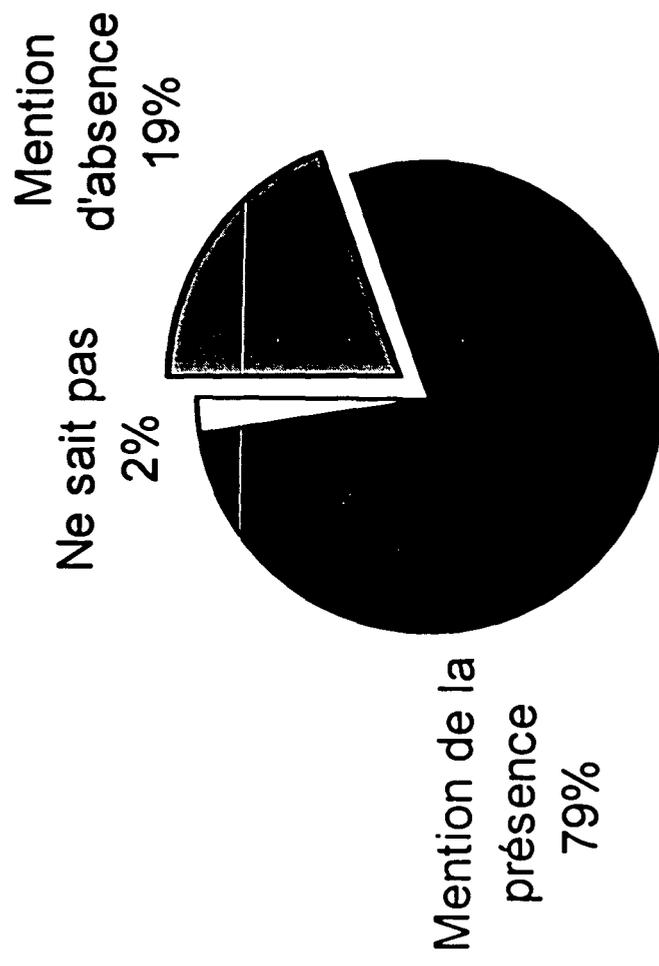
VIANDE



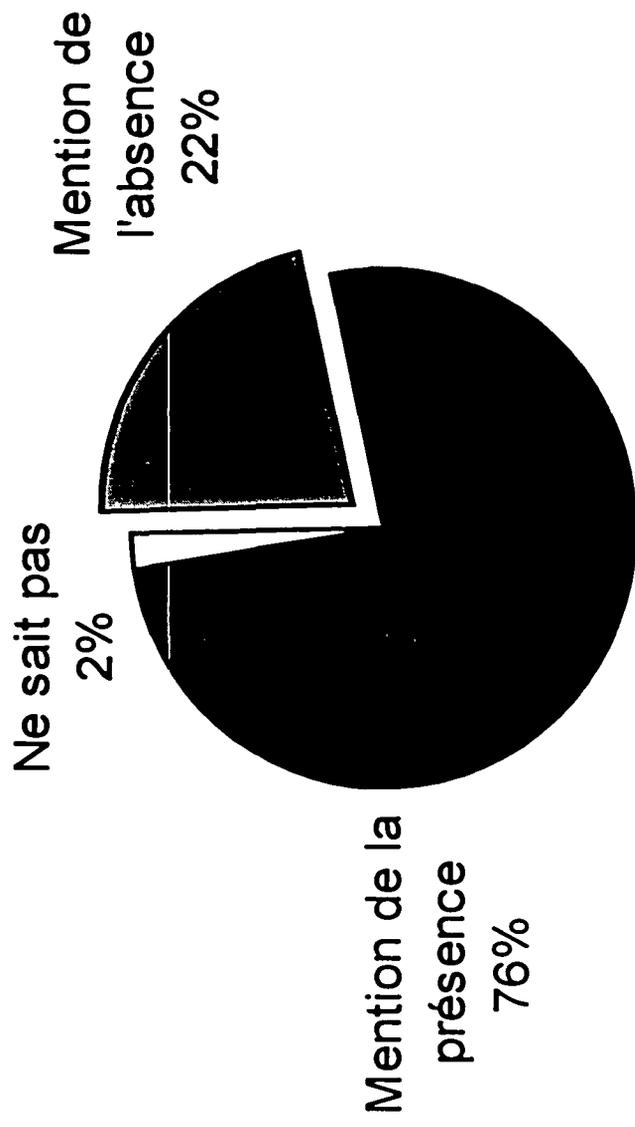
MEDICAMENTS



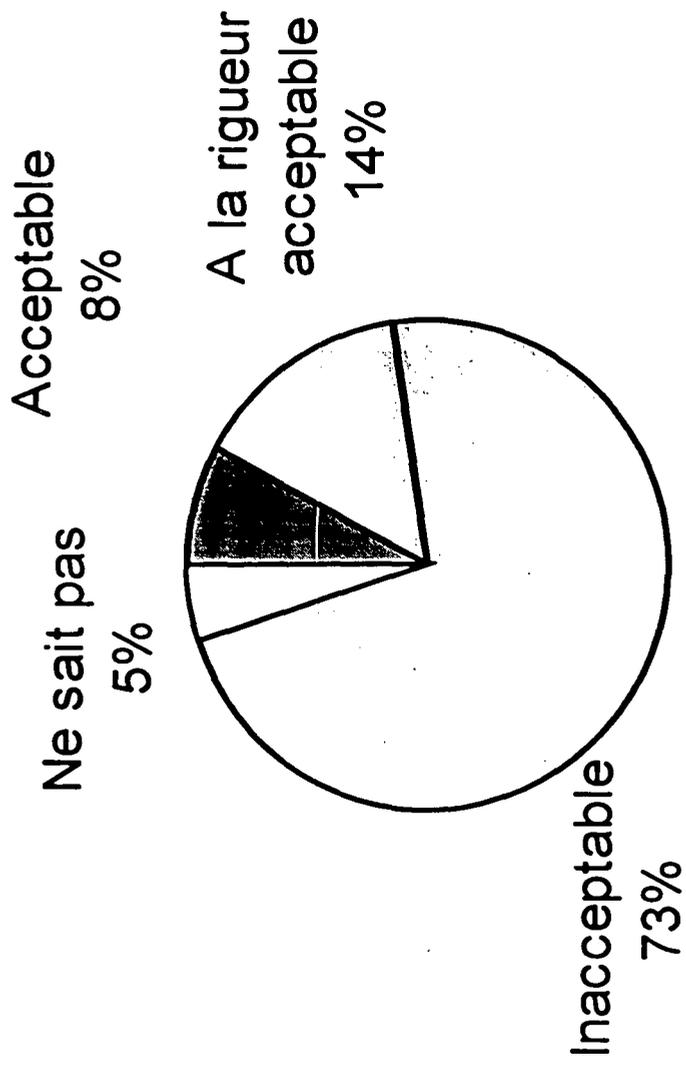
Etiquetage produits



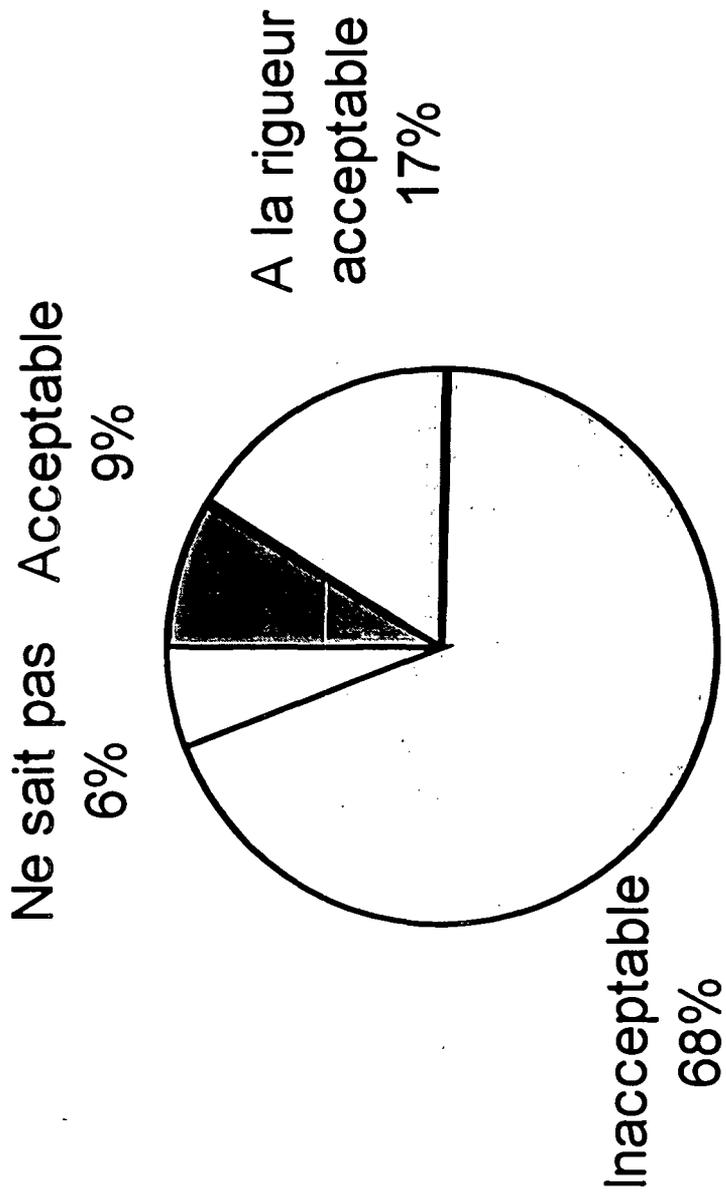
Etiquetage alimentation des volailles



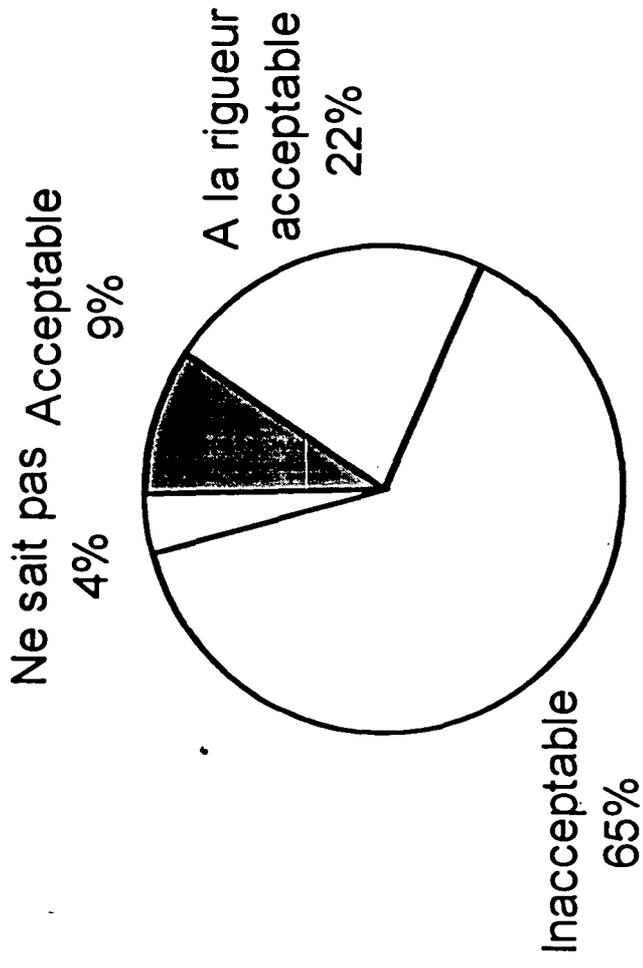
Produits fermiers



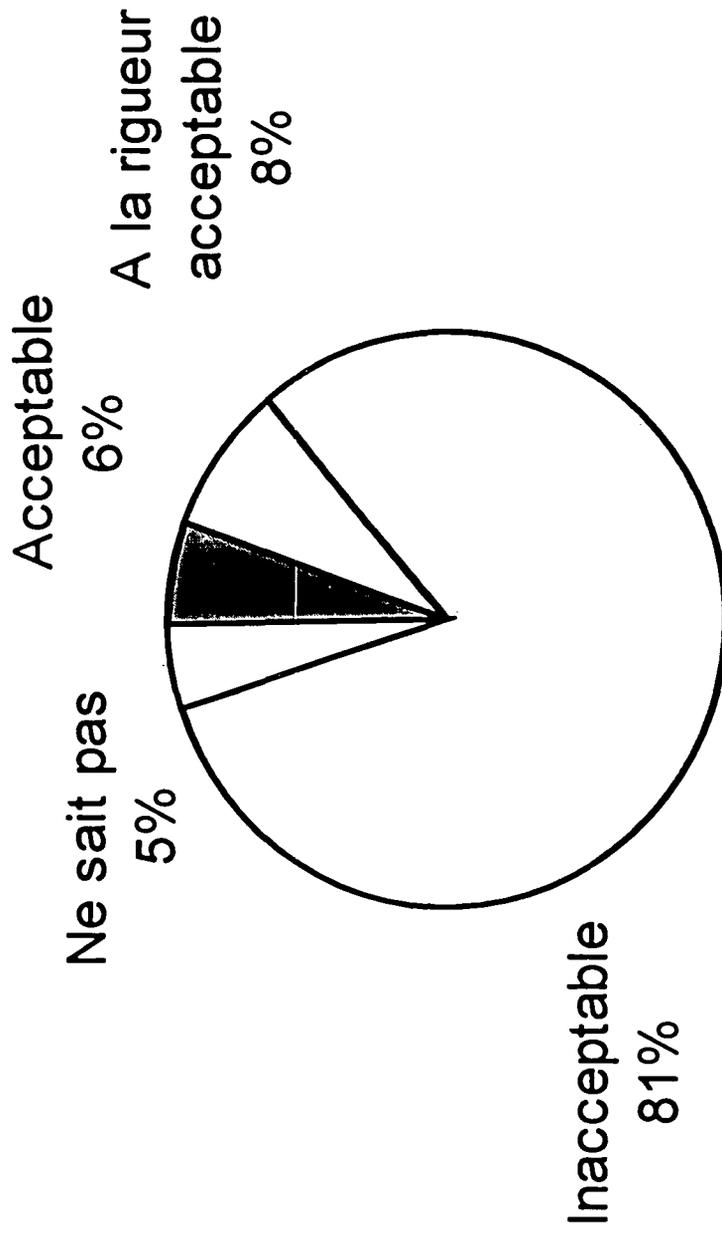
Produits Biologiques



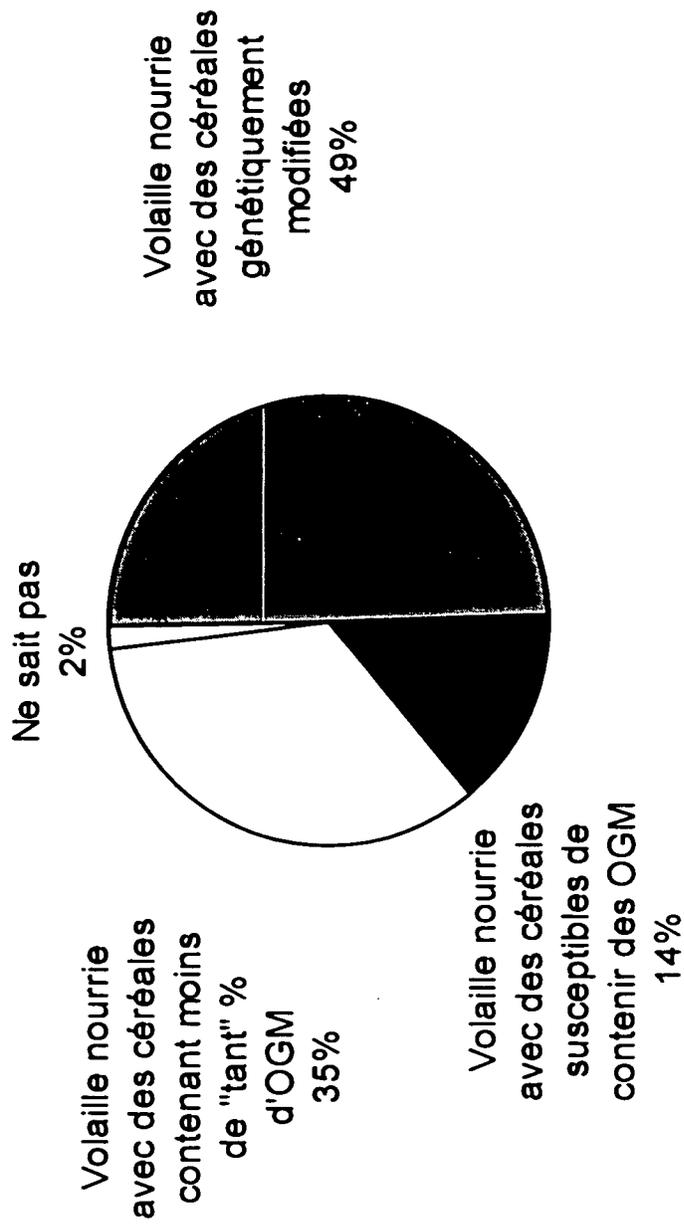
Produits de consommation courante



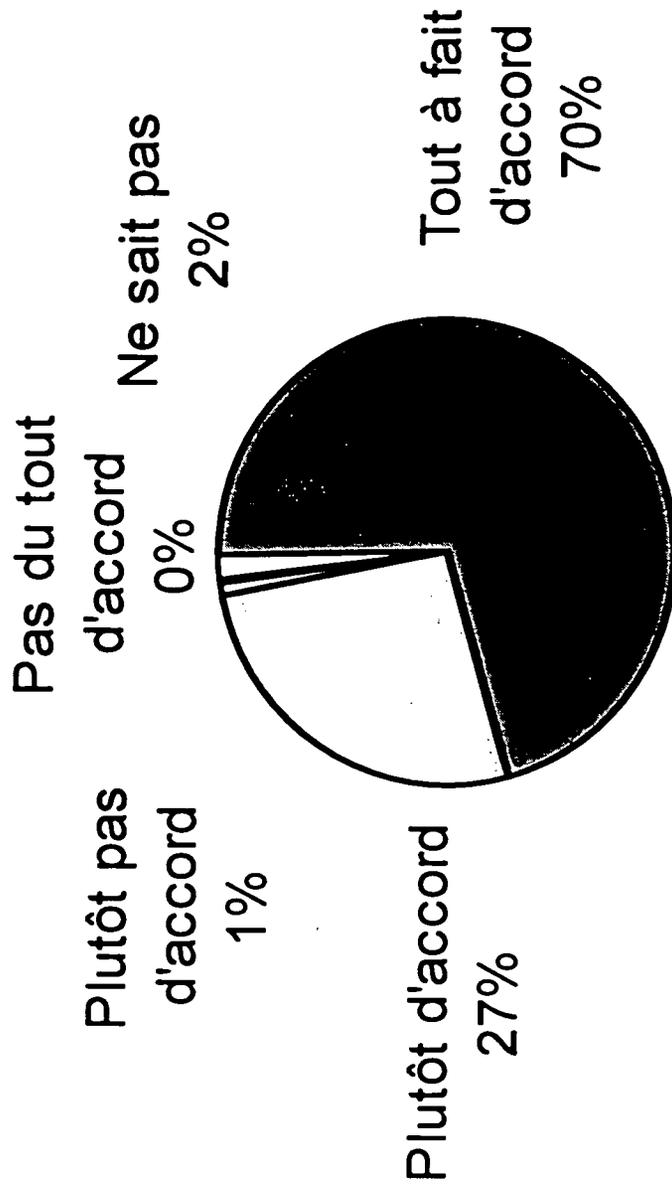
Label Rouge



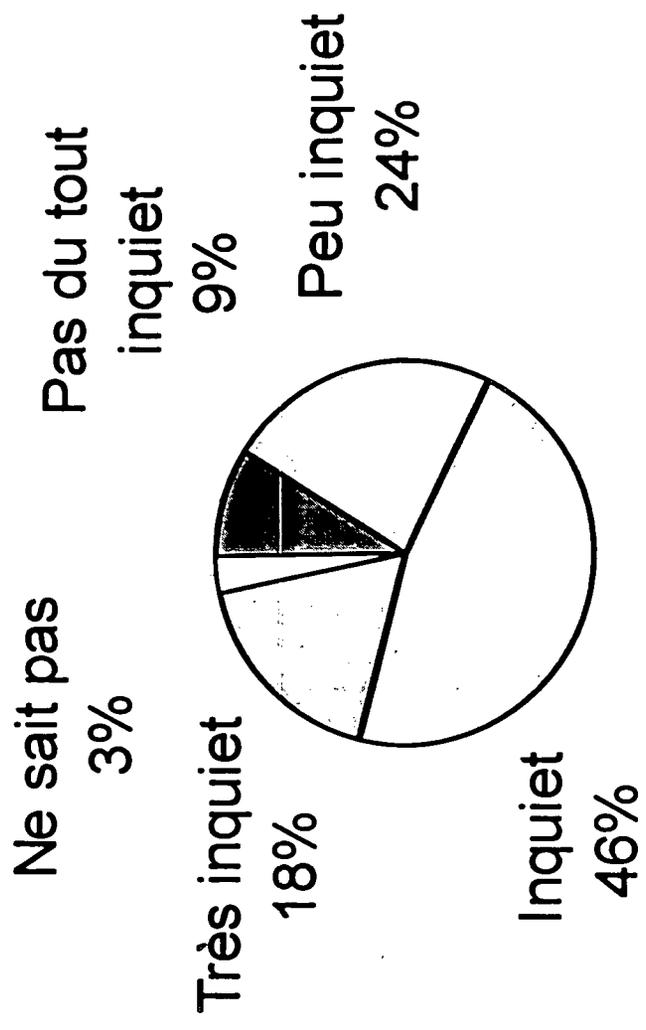
Formulation pertinente



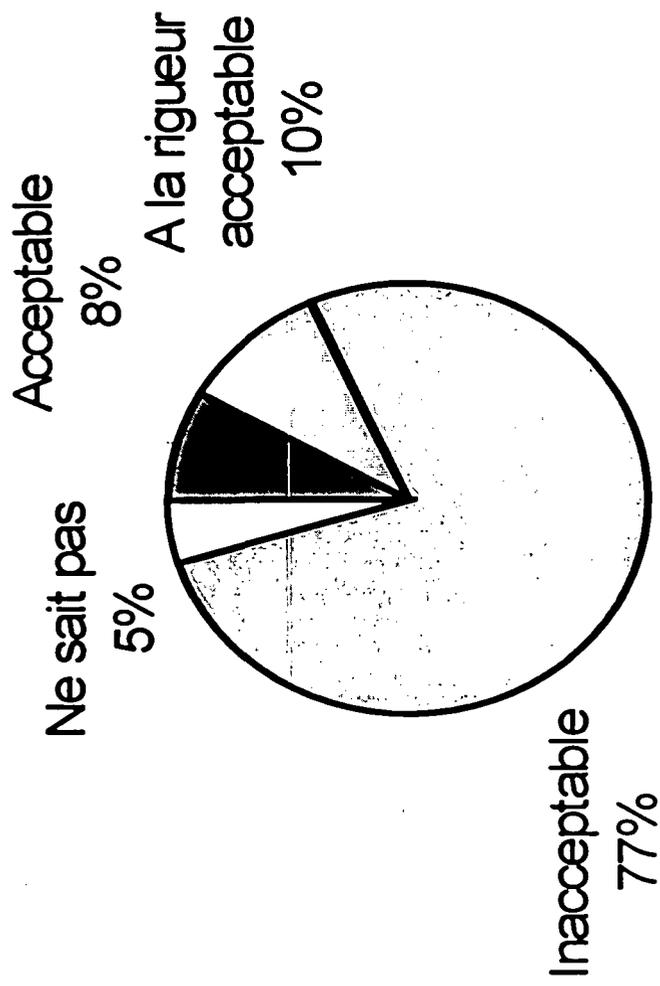
ETIQUETAGE



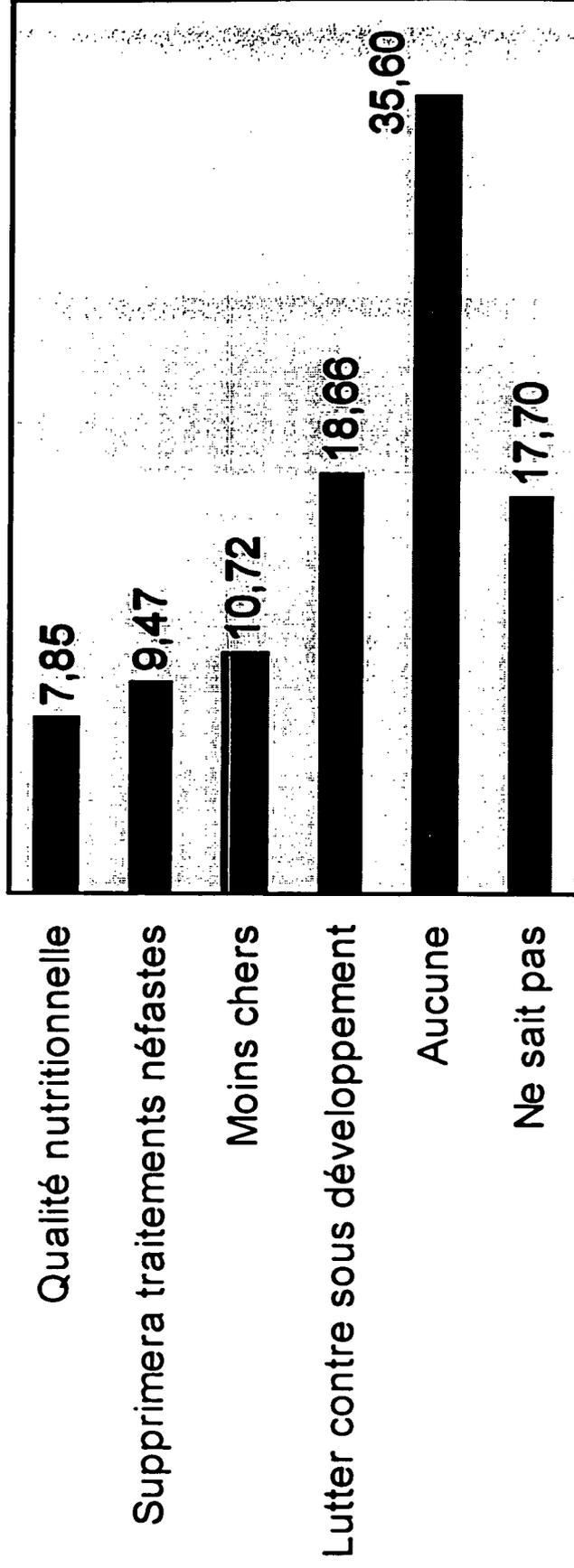
NIVEAU D'INQUIETUDE OGM



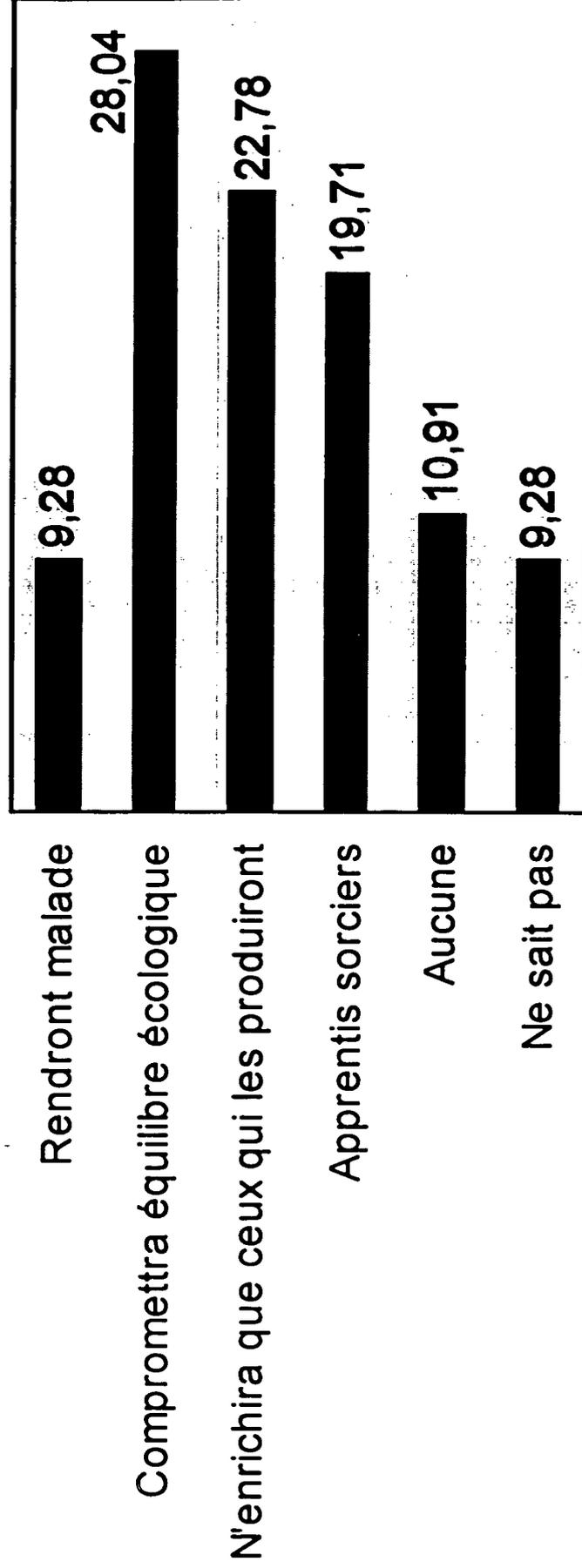
Appellation d'Origine Contrôlée



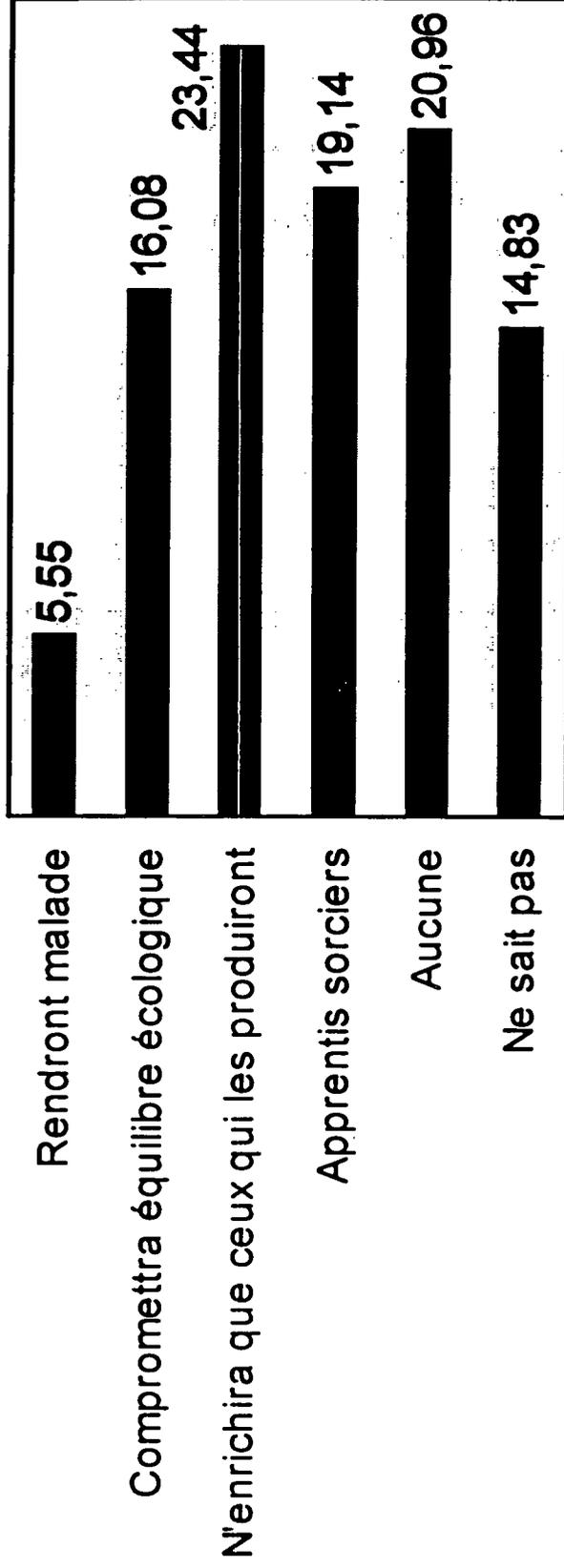
SECOND LIEU



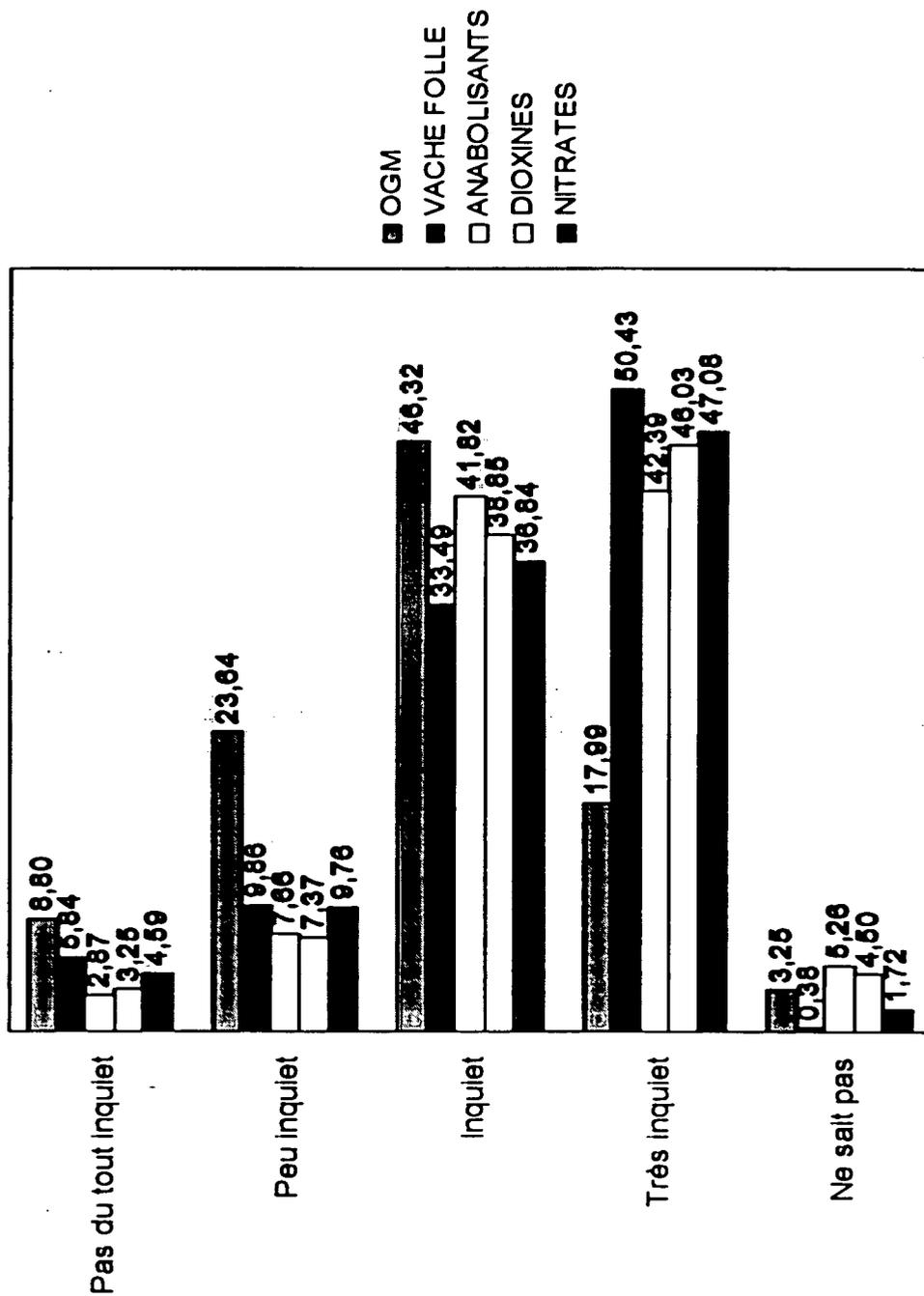
PREMIER LIEU



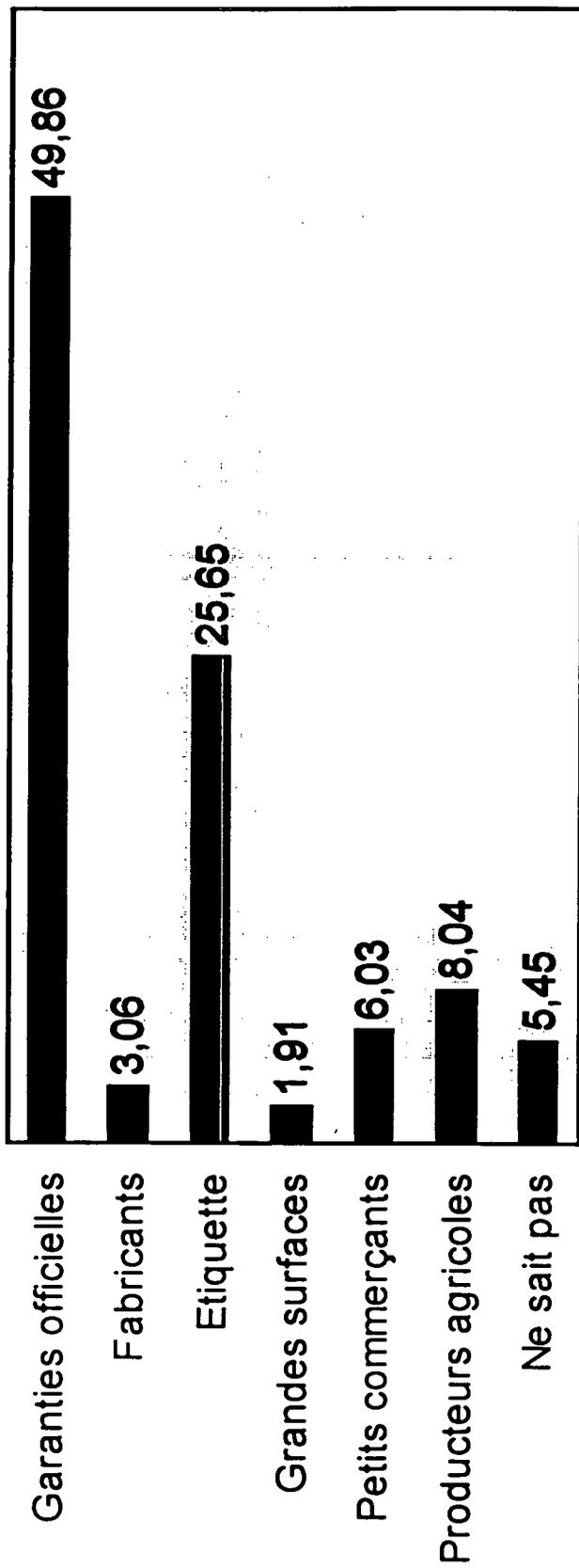
SECOND LIEU



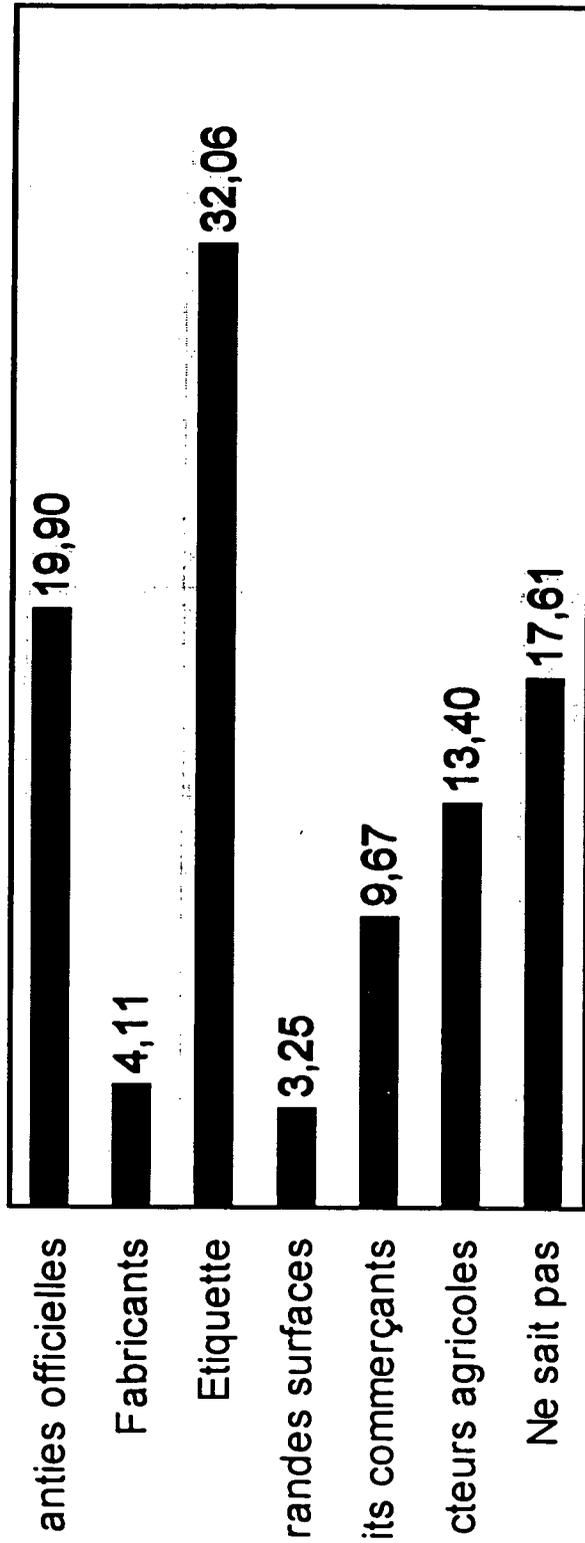
NIVEAU D'INQUIETUDE



PREMIER LIEU



SECOND LIEU



Une typologie a été établie selon l'attitude des consommateurs vis à vis :

- des OGM
- des Risques
- de la Technologie
- du Comportement vis à vis de l'information
- de l'Évolution de la consommation

Les 5 types de consommateurs

- 2 types leaders d'opinion « contre »

- Opposés radicaux : 211

Les plus structurés et les plus demandeurs de connaissance :

Frustrés dans leur désir, ils adoptent l'opinion la plus radicale, par précaution. Ce sont ceux qui sont les plus proches de la démarche citoyenne (femmes surprésentées).

- Opposés méfiants : 240

Opinions construites sur des à priori idéologiques

Recherche de solutions individuelles (labels, filières tracées...) sur le marché.

2. Types suivistes

- Opposés par défaut : 274 + Opposés par principe : 77

N'ont pas vraiment d'opinion construite. Ils font comme les précédents.

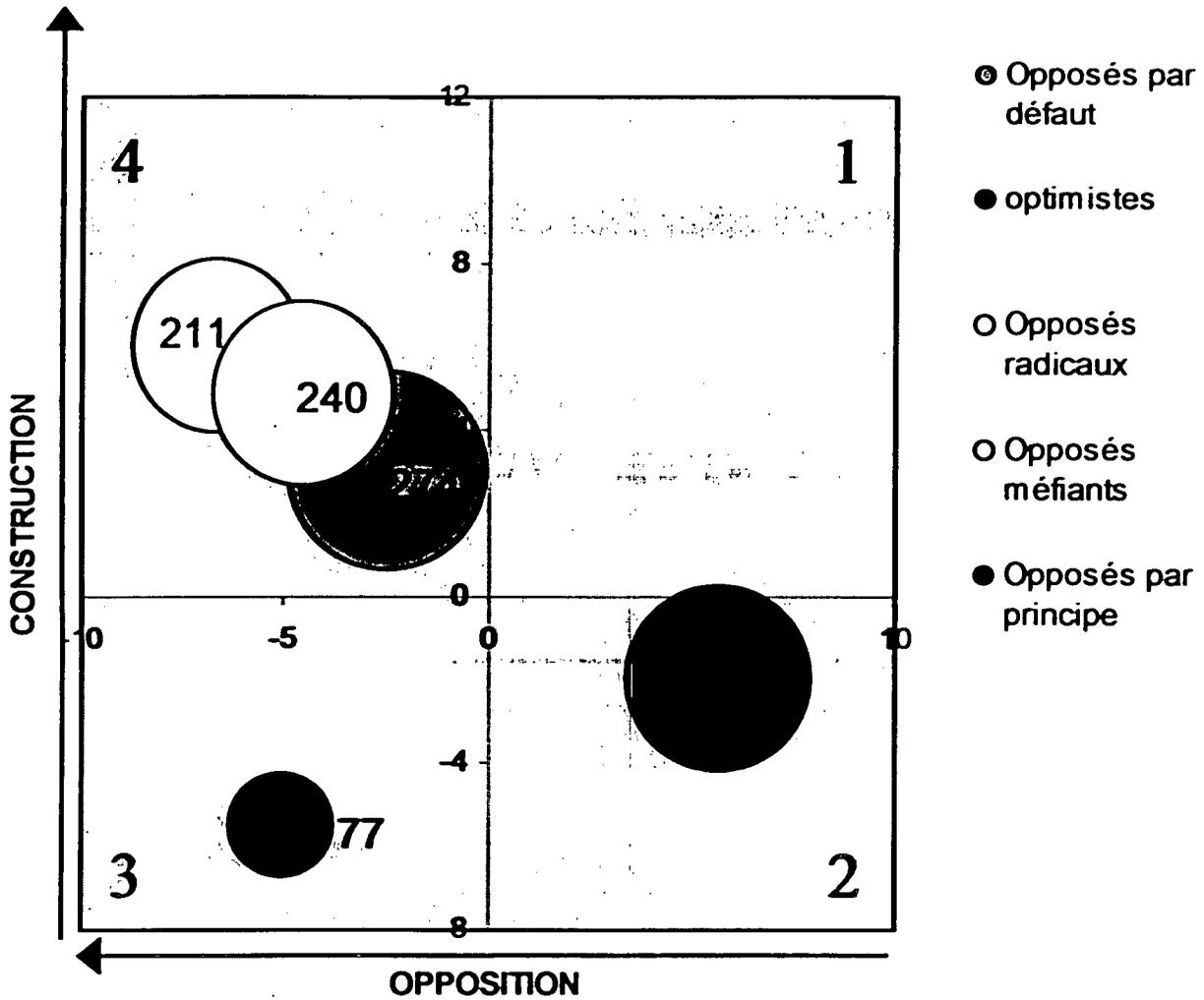
1. Type « pour »

- Les « pour » : 243

C'est au nom de la science et de l'environnement que ces consommateurs jeunes admettent les OGM.

Cette acceptation de principe ne s'accompagne pas de recherche d'informations spécifiques.

DIAGRAMME EN CADRANS



Construction = connaissance - argumentation Opposition = acception - inquiétude	- cohérence
--	-------------

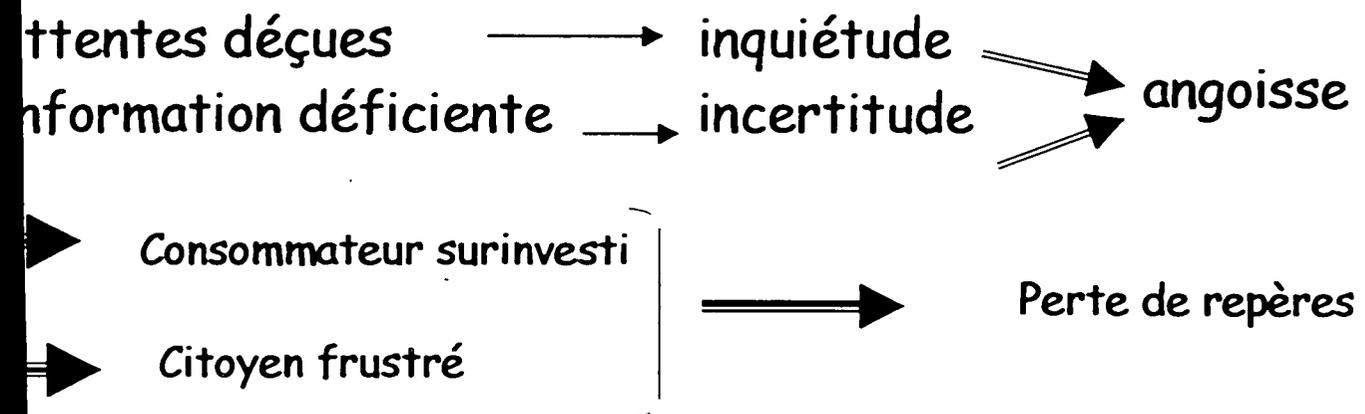
ANALYSE DE LA SITUATION

CADRAN TROP PLEIN

Les OGM exacerbent et fédèrent les différents types d'opposition liées aux inquiétudes: Risque alimentaire / évolution technologie

Dans le discours, prédominance du consommateur / citoyen

Il privilégie le consommateur au détriment du citoyen



ANALYSE DE LA SITUATION

CADRAN TROP VIDE

Pas d'opinion structurée favorable aux OGM

Manque d'explicitation

=

- Globalisation / confusion /
monologues croisés

Pas de message
scientifique constitué
donc crédible

Communication

- simpliste
- méprisante
- anecdotique
- non structurée

Défaut de culture scientifique

=

Mélange entre science et technique

Pas de sens de la
controverse

Pas de raisonnement
probabiliste en milieu
incertain

Conclusion : le constat

- Il y a les éléments constitutifs d'une crise mais la crise n'est pas déclarée.
- Il faut donc continuer de proposer sur le marché les mêmes produits qu'avant.
- Les marques de qualité s'engagent dans cette voie.
- Les produits contenant des OGM doivent être déclarés comme tels.
- Un dialogue doit s'instaurer entre pouvoirs publics, science, opérateurs et consommateurs : il faut donc du temps.

En conséquence : il y a nécessité de créer pour la France un marché du non-OGM.

Conclusion : proposition

Pour capter ce marché, il faut acquérir la crédibilité internationale : la certification.

Cet investissement sera aussi un outil de développement des Industries Agro-alimentaires brésiliennes, au service des petites et moyennes entreprises et des coopératives.

ANNEXES

SEMINAIRE : Etat du RIO GRANDE DO SUL - BRESIL- Intégrez les nouvelles filières certifiées non OGM

Fiche technique

Intervention de M. Yves MONTÉCOT - Président du SNIA -

Titre prévu : *Comment garantir l'absence d'OGM dans la nutrition animale ?*

Thèmes à aborder :

- Mesurer les risques liés à la consommation d'OGM par les animaux
- Quelle alimentation fournir pour quelle certification de la viande ?
- Instaurer une filière de nutrition non OGM
- Responsabilité des fabricants d'aliments

Durée : 1 heure questions comprises

Proposition de plan d'intervention

Introduction

- Position des fabricants vis à vis des OGM
- analyse du risque = rôle des experts - gestion du risque = rôle des Pouvoirs Publics

I- Les OGM en alimentation animale

- * Les MP potentiellement concernées
 - Dans le monde
 - En Europe
- * Les volumes utilisés par l'alimentation animale
 - En Europe
 - En France

II- Les demandes des filières animales

Types de filières

Nature des demandes

Volumes potentiellement concernés

	Aliment	soit	
		Soja	Maïs
Label	700 000 T	140 000 T	210 000 T
Certification	100 000 T	20 000 T	30 000 T
AOC	100 000 T	30 000 T	10 000 T
Bio	85 000 T	17 000 T	25 000 T
TOTAL	985 000 T	207 000 T	275 000 T

III- Les réponses possibles - avantages et inconvénients

- La substitution de MP
- Le contrôle qualité MF à réception
- Systèmes IP : filières appro tracées et garanties des fournisseurs

IV- Responsabilité du fabricant

Conclusion

Comment garantir l'absence d'OGM en alimentation animale

Yves MONTÉCOT - Président du SNIA



SEMINAIRE - Etat du RIO GRANDE DO SUL - BRESIL -

Les fabricants d'aliments et les OGM

- Ni Pour - Ni Contre les OGM
actuellement sur le marché
- Un intérêt potentiel pour les OGM
de deuxième ou troisième
génération



Le Risque OGM

☞ Analyse du risque
= Rôle des experts

☞ Gestion du risque
= Rôle des Pouvoirs Publics



Les OGM en alimentation animale

- Matières premières potentiellement concernées dans le Monde

Mais	>	Grains et Co-produits
Soja	>	Graines et Tourteaux

Dont U.E. →

Colza > Graines et Tourteaux

Betteraves > Pulpes, Mélasses, Vinasses

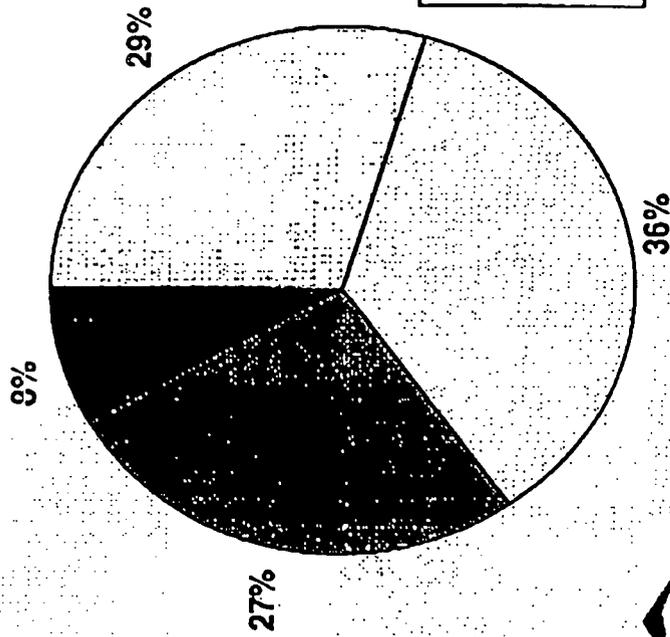
Coton > Tourteaux

- À terme : Blé, Pois....

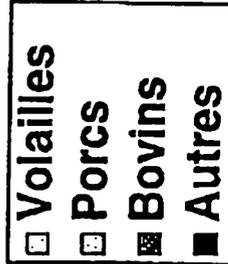
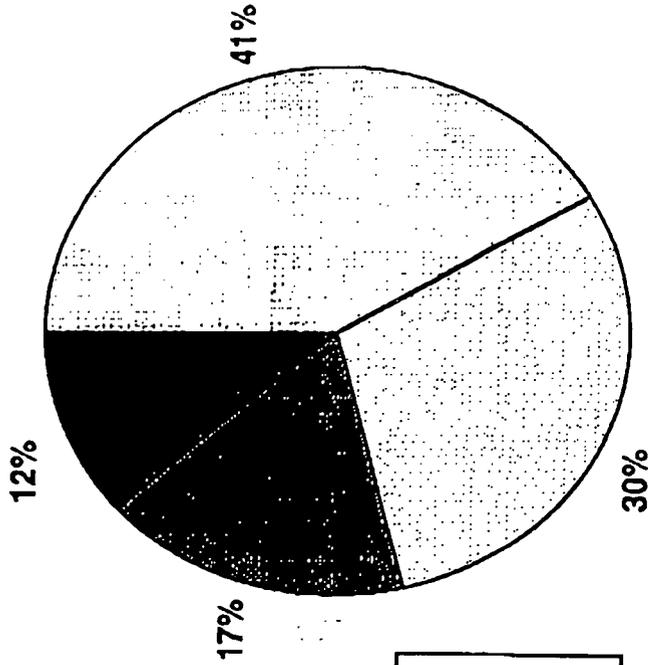


Production d'aliments composés

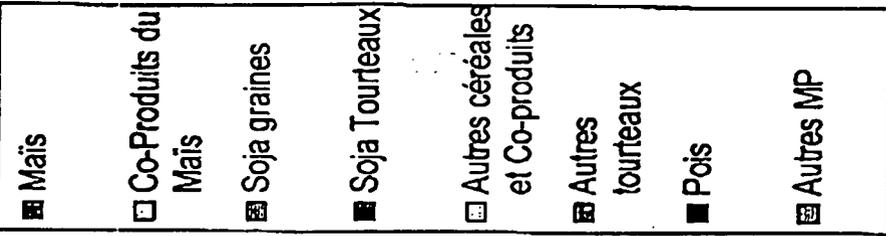
Union Européenne



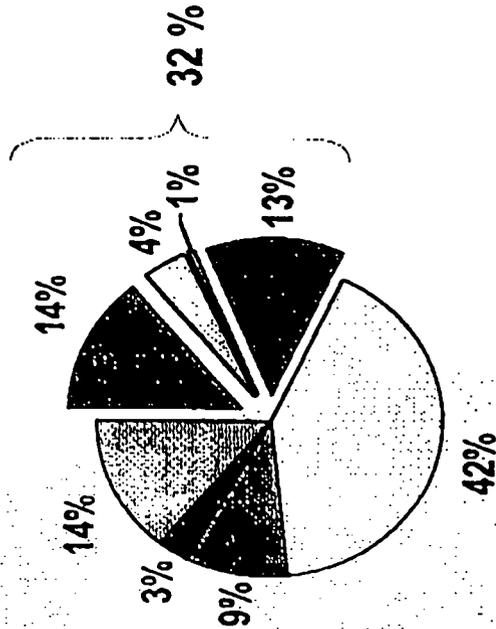
France



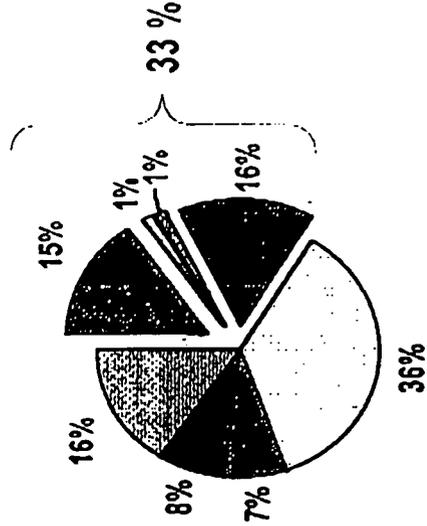
Volume de Matières Premières utilisées



U.E.

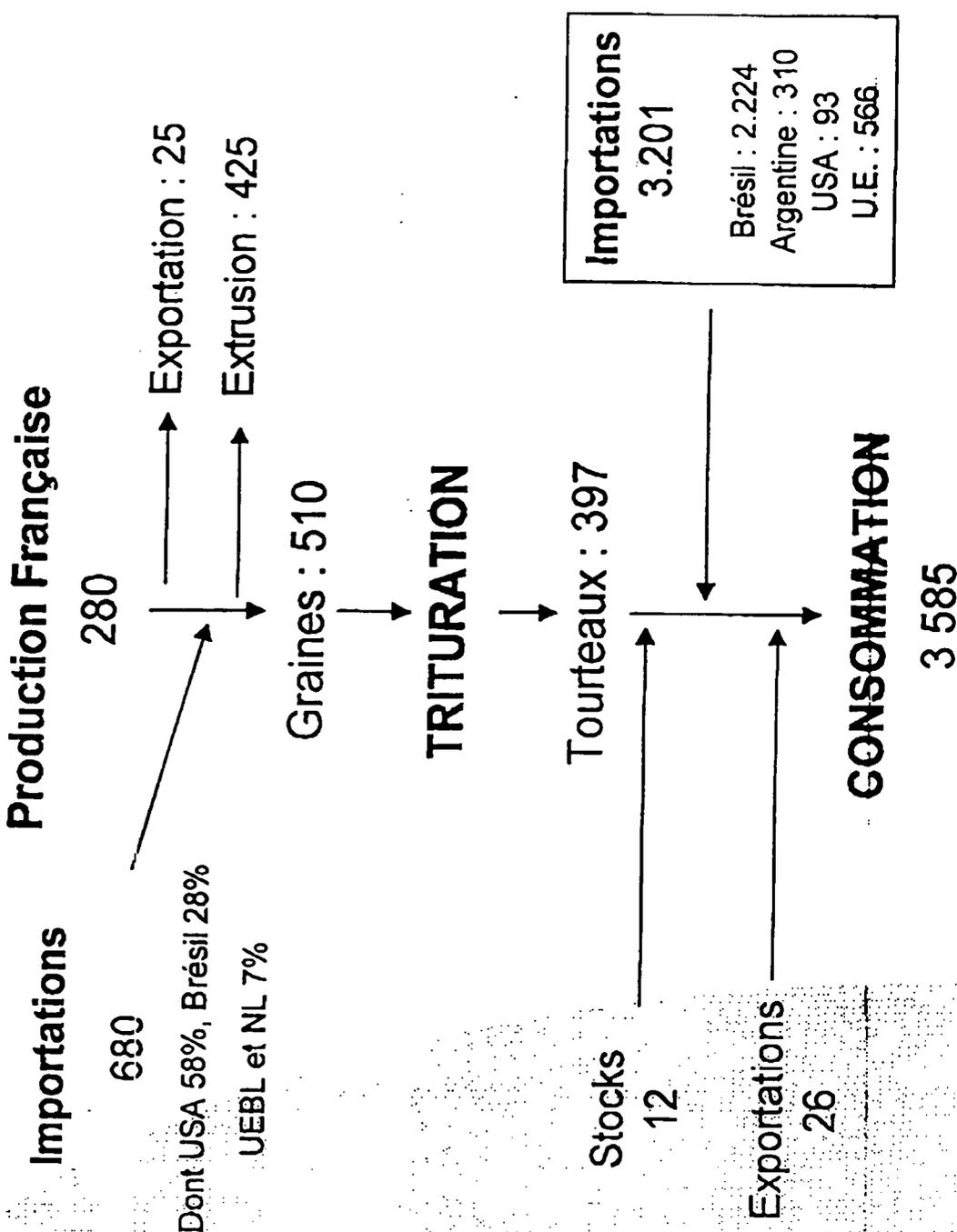


FRANCE



ORIGINE DES MATIÈRES PREMIÈRES : LE SOJA

(France - 1.000 T - Chiffres 97)



ORIGINE DES MATIÈRES PREMIÈRES : LE MAIS

(France -1.000 T - Campagne 98/99)

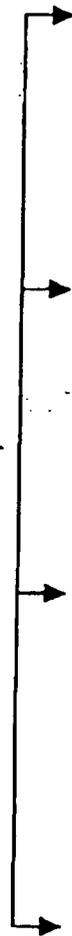
Production Française :

14.766

Stocks : 3.054 ———→

Autocons. : 1.734

Importations : 235 ———→



Alim. Anim.	Amidonnerie	Export	Autres
2.969	560	9.785	3.006

CGF
110

Imports 220 ———→ Exports CGF 40

Consommation A.A.
290



DEMANDES DES FILIÈRES ANIMALES EN PRODUITS NON OGM

- Une demande forte des filières sous signe officiel de qualité
 - ◆ Produits bio
 - ◆ Labels
 - ◆ Certification de conformité de produit
 - ◆ AOC
- Grande Distribution
- Liberté de choix du consommateur



VOLUMES POTENTIELLEMENT CONCERNÉS

	Aliments (T)	soit	
		Soja (T)	Maïs (T)
Label	1.000.000	200.000	300.000
Certification	100.000	20.000	30.000
AOC	50.000	15.000	2.500
Produits Bio	85.000	17.000	25.000
TOTAL	1.235.000	252.000	357.500
En % des mises en œuvre	5 %	6,5 %	9 %



LES RÉPONSES POSSIBLES

- La substitution de matières premières
- Le Contrôle Matières Premières
- Les systèmes « Identity Preserved »



LA SUBSTITUTION DE MATIÈRES PREMIÈRES

- Avantages
 - ◆ Inconvénients
 - ◆ Solution immédiate
 - ◆ Disponibilité en sources protégées non OGM limitée
 - ◆ Facilité de mise en oeuvre
 - ◆ Absence de maîtrise des contaminations croisées

- Outils nécessaires

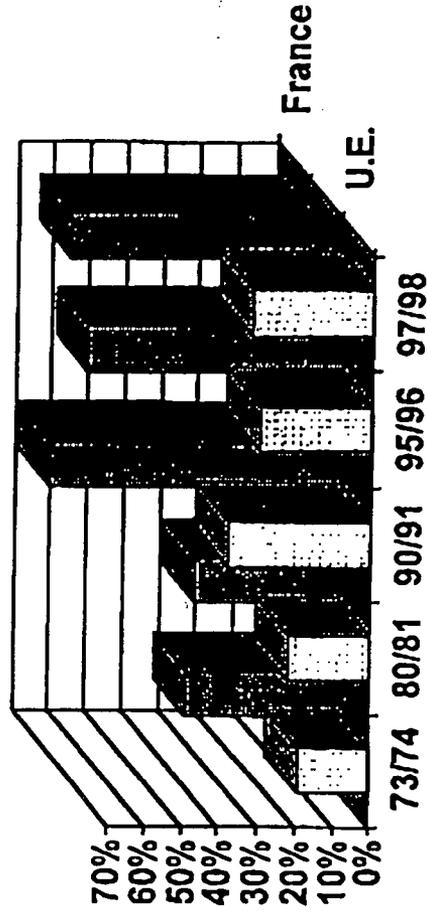
- ◆ Seuil

- Solution court terme



DÉPENDANCE PROTÉGIQUE

Taux de couverture des besoins protéiques
de la France et de l'Europe



LE CONTRÔLE MATIÈRES PREMIÈRES À RÉCEPTION

- Avantages
 - ◆ Garantie univoque au vue d'un résultat d'analyse
 - ◆ Garantie de résultat... à un seuil près...
- Inconvénients
 - ◆ Les « déclassés »
 - ◆ Représentativité de l'échantillon
 - ◆ Analyse lot par lot
- Outils nécessaires
 - ◆ Méthodes d'analyses normalisées
 - ◆ Méthodes de détection rapide, de routine
 - ◆ Seuils (intégrant la variabilité de l'analyse et de l'échantillon)



LA RESPONSABILITÉ DU FABRICANT

- Réponse à la demande du client
 - Cohérente
 - Dans les limites de la faisabilité technique
- Information fiable et vérifiable
- Obtenir des garanties fournisseurs

