



**HAL**  
open science

## La qualité : du consommateur final au producteur

Bertil Sylvander

► **To cite this version:**

Bertil Sylvander. La qualité : du consommateur final au producteur : La construction sociale de la qualité : des produits aux façons de produire. Qualité et systèmes agraires : Techniques, lieux, acteurs, 28, INRA, 380 p., 1994, Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, 2-7380-0550-0. hal-02851019

**HAL Id: hal-02851019**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02851019>**

Submitted on 7 Jun 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# La qualité : du consommateur final au producteur

## La construction sociale de la qualité : des produits aux façons de produire

Bertil SYLVANDER

INRA, Station Economie et Sociologie Rurales, BP 27, 31326 Castanet-Tolosan cedex

### Résumé

Pour aborder la question difficile de la relation entre qualité et développement agricole et rural, nous estimons utile de rappeler le contexte général de l'industrialisation du secteur agro-alimentaire, qui se traduit simultanément par la pénétration d'une qualification industrielle, fondée sur la normalisation à tous les niveaux des produits et des manières de produire, par une incertitude accrue pour les opérateurs, due à une gestion complexe de ce processus et enfin par des phénomènes de résistance déjà anciens, plus ou moins instituée dans le cadre des politiques de spécification de qualité (Produits de Qualité Spécifique). Dans ce contexte général et compte tenu de l'évolution de la P.A.C., qui tend à légitimer ces politiques, notre thèse sera *qu'un développement en amont n'existe que si les producteurs agricoles situent clairement leurs entreprises dans une forme de coordination fondée sur une convention de qualité identifiée et convenablement gérée* sur les entreprises industrielles d'aval, une coordination technique poussée (en termes de qualité technologique) et une bonne performance économique (faibles coûts de production). Une autre voie, qui a fait ses preuves historiquement, consiste à contribuer à construire une convention industrielle alternative, sur la base d'une qualité spécifique : cela peut être le cas de certaines AOC, des Labels Rouges, ou des produits biologiques industriels. Enfin, on peut observer un axe de développement fondé sur la consolidation d'une convention domestique (Produits Fermiers ou Biologiques traditionnels). Pour conserver leur spécificité, ces deux dernières voies se doivent néanmoins de préserver les liens entre les consommateurs et l'amont agricole, sur des valeurs de type civique, liées aux pratiques agricoles traditionnelles, à l'environnement, au terroir et/ou à la région.

**Summary - Quality: consumers to producers. The social construction of quality: from produce to productive practice.** *To explore the relationships between quality issues and rural/agricultural development issues, one must first examine the general context of industrialisation in the food sector. The relevant main aspects are the diffusion of industrial qualification based on normalisation of production processes and of products, and simultaneously uncertainty about quality identification. Furthermore, producers of traditionally made products and small-scale producers have been shown to survive and resist well in the long run, a situation which is more or less closely tied to French quality policies (Products with Specified Qualities). With this background in mind and given the conditions of the new Common Agricultural Policy, we make the hypothesis that rural development will be effective only if producers are able to enter their enterprises into well identified and well managed "quality agreements". Development within the dominant industrial and merchant model implies the existence of a tight relationship with the food industry, good technical coordination and adequate economic performances (low production costs). Another course has proved its value. This consists in establishing industrial agreements relating to a specific quality (e.g. the French "Red Label"; industrial organic products, etc.). A further, efficient way consists in developing or safeguarding qualities based on relationships between consumers and producers. To maintain their specific character, the latter two courses must preserve the link between consumers and the farming sector. This is based on "civic" values that refer to traditional farming practices, to the environment, to the terroir and/or region.*

## Avant-propos

La présente contribution a, conformément à ce qui nous était demandé, un caractère synthétique marqué. Nos analyses se nourrissent de nos propres travaux sur le thème de la qualité, dont certains sont très récents et d'autres plus anciens et des résultats de collègues qui y sont plus ou moins directement reliés. D'autre part, nous tenterons d'analyser le thème "Qualité et développement" en nous référant à la théorie des conventions, la thèse principale soutenue ici étant qu'un développement agricole fondé sur la qualité n'existe que si les opérateurs des filières se réfèrent de manière opérationnelle à une convention de qualité constituée et durable.

Nous commencerons par présenter le contexte de la question d'un double point de vue : le contexte historique général de l'incertitude sur les qualités dans le secteur agro-alimentaire et la place des Produits de Qualité Spécifique aujourd'hui. Nous rappellerons ensuite le cadre théorique dans lequel nous situons nos travaux, puis nous fournirons quelques synthèses sur les domaines suivants : Label Rouge en volailles, Qualité de la viande, Appellations d'Origine Contrôlées en fromages, Produits Fermiers, Produits Biologiques.

### 1. Le contexte : industrialisation, qualité et incertitude

Chacun peut le constater, la qualité semble être un thème à la mode. Il est aisé d'observer que la qualité des produits préoccupe de nombreux acteurs de l'économie. Selon nous, cet intérêt est loin d'être l'effet d'une mode, du hasard ou d'une question récurrente : les causes en sont identifiables et elles ont une objectivité. Elles sont reliées à l'ensemble des phénomènes qui, avec les transformations économiques contemporaines, contribuent à augmenter l'incertitude sur les définitions de produits. *La conséquence directe de ces évolutions est selon nous que*

*la qualité devient un enjeu socio-économique de première importance dans les économies contemporaines.*

Nous en ferons ici un survol rapide<sup>1</sup>.

Le processus d'industrialisation et l'urbanisation des populations vont au cours du XIXe siècle de pair avec le développement de filières longues entre le producteur et le consommateur, qui éloignent ce dernier des conditions de la production. Les opérateurs et les opérations qui interviennent sur le produit se multiplient progressivement. La filière fruits et légumes voit par exemple apparaître des collecteurs, expéditeurs et grossistes. La filière viande, des expéditeurs, chevillards et mandataires. La filière lait, des laiteries qui assurent une pasteurisation de la matière première pour la stabiliser et la transporter. Avant même l'irruption de l'industrialisation de l'agro-alimentaire, plus récente, ces évolutions s'accompagnent d'une diversification des pratiques techniques et commerciales, qui, tout en différenciant les produits et en améliorant les qualités hygiéniques, favorisent aussi les abus et les pratiques frauduleuses. C'est ainsi que la fin du XIXe siècle voit apparaître des réglementations telles que celles sur la définition du beurre, la définition du lait et sa pasteurisation, ou sur les conditions techniques d'abattage et de transport des viandes. Il s'agit de veiller à la qualité sanitaire des produits et à l'honnêteté des pratiques commerciales. En 1901 est promulguée la première grande loi cadre sur la répression des fraudes, qui servira de matrice à de nombreux textes au cours du siècle. Le phénomène majeur qui transparait à travers ces évolutions est celui de *l'incertitude sur la qualité des produits* qui marque de plus en plus les conditions de transactions sur les marchés aval.

Au cours du XXe siècle, l'industrialisation<sup>2</sup> de l'agro-alimentaire, dont la rapidité de pénétration est diverse selon les filières et les branches, provoque plusieurs types de phénomènes porteurs d'incerti-

---

1. Pour un exposé plus détaillé, voir : Lassaut et Sylvander in J.L. Multon (1993).

2. Nous admettons le phénomène sans le discuter : il doit être référé au changement technologique, à la taille des entreprises, au type d'organisation du travail, etc.

tude que nous allons rapidement évoquer ici.

Par les gains de productivité qu'elle engendre, elle contribue, avec la progression de la productivité agricole, à saturer les marchés alimentaires. Cela change les conditions de la concurrence, qui va plus se porter sur une *élévation progressive des standards de qualité mesurable que sur le rendement*, et sur la *diversification des produits et des segments de marché* en mobilisant des dimensions de la qualité de plus en plus diverses et imbriquées les unes aux autres (qualité service, hygiénique, bactériologique, nutritionnelle, etc.). Les relations commerciales ont alors tendance à se complexifier fortement et à mettre en jeu une négociation sur la définition des qualités demandées et offertes<sup>3</sup>.

***La qualité devient un objectif essentiel dans la gestion d'entreprise.***

Dans le modèle taylorien, la concurrence s'effectuait par le prix. La consommation de masse liée au modèle fordiste met au premier plan l'augmentation de la productivité, qui apparaît comme antinomique d'une recherche systématique de qualité. En situation de saturation sur les marchés, l'instabilité devient chronique et les mécanismes régulateurs perdent leur efficacité. La gestion de la qualité devient alors un enjeu central qui soutient l'objectif de rentabilité par la baisse des coûts de production (par la qualité totale et le zéro-défaut). Cela se traduit en termes de qualification du personnel et d'organisation des ressources humaines.

L'industrialisation mobilise des technologies nouvelles qui ont tendance à normaliser, stabiliser et standardiser le produit, en ayant bien sûr un effet - pas toujours maîtrisé - sur la qualité technologique des produits intermédiaires (pour les industries de première transformation) et de consommation finale (goût, présentation, service inclus au produit, conservation par divers procédés, pré-cuisinage, etc.).

L'industrie formule de nouvelles spécifications sur les matières premières, ce qui met la qualité au premier plan : les malteries recherchent une orge à qualité "brassicole", les laiteries un lait propre (la mauvaise qualité bactériologique a conduit dans les années 1970 à légitimer le passage au lait UHT : Lassaut et Sylvander, 1975), les fromageries un lait de bonne qualité fromagère. C'est ce qu'on appelle la *qualité technologique du produit*, qui, avec l'industrialisation, pose de plus en plus de problèmes aux opérateurs.

En considérant les choses en termes économiques plus généraux, on observe que l'industrialisation (prise au sens large) s'effectue en concurrence avec l'artisanat à tous les niveaux des filières : agricole (grandes et petites structures), transformation (usines et artisans) et distribution (petite et grande distribution). Cette concurrence est génératrice de plusieurs types d'incertitude. Par le simple fait qu'elles sont menacées les petites entreprises adoptent des comportements défensifs qui peuvent affaiblir la qualité (maintien malgré une difficulté à se mettre aux normes, abaissement, - préjudiciable à la qualité - des coûts de production) et se répercuter sur leurs clients (productifs ou consommateurs) en termes d'incertitude. On assiste enfin à des stratégies plus offensives de développement de productions artisanales de qualité (voir plus loin).

En se superposant aux structures artisanales préexistantes, la croissance industrielle donne lieu à une configuration complexe ou coexistent des technologies, des produits, des structures d'entreprises, des modes de production et de distribution très différents les uns des autres. Cela entraîne de multiples problèmes de coordination technique dans les filières, générateurs d'accidents de qualité : ruptures de chaîne du froid, viande non maturée selon les règles, matières premières inadaptées à la transformation malgré les cahiers des

---

3 . Nous analysons la relation fabricant-distributeur dans B. Lassaut-B. Sylvander (1993)

| Spécification | Types de produits             | Nbre institutions | Importance de l'activité |          |                               | Part de marché % | Nbre de producteurs | Nbre Etablis. transformation |
|---------------|-------------------------------|-------------------|--------------------------|----------|-------------------------------|------------------|---------------------|------------------------------|
|               |                               |                   | Nbre, têtes ou surface   | Volumes  | Chiffre d'affaires millions F |                  |                     |                              |
|               | Vins et alcool (AOC et VQPRD) | 30                | 420000 ha                | 24,2 Mhl | 42000                         | 45               | 88000               | 600                          |
| AOC et VQPRD  | Fromages                      | 32                |                          | 156000 t | 8000                          | 15               | 40000               | 220                          |
|               | Volailles                     | 3                 | 1,5 M                    | 2250 t   | 100                           | 0,4              | 600                 |                              |
|               | Beurre et crème               | 3                 |                          | 40000 t  | 1140                          | 10               |                     |                              |
|               | Huîtres                       | 2                 |                          | 1500 t   | 110                           |                  |                     |                              |
|               | Miel                          | 2                 |                          |          | nc                            | 0,2              |                     |                              |
|               | Fruits                        | 3                 |                          |          | 26000 t                       | 660              |                     |                              |
|               | Légumes                       | 2                 |                          |          | 1100 t                        | 100              |                     |                              |
|               | Huiles                        | 1                 |                          | 27000 t  | 900                           | 5,7              |                     |                              |
| S/Total       |                               | 80                |                          |          | 61000                         |                  | ≅ 130000            | ≅ 900                        |
| LABEL ROUGE   | Volailles                     | 184               | 81 M                     |          | 3000                          | 20               | 5558                |                              |
|               | Viandes bovines               | 28                | 15000                    | 10000 t  | 672                           | 0,3              | 20086               |                              |
|               | (veaux)                       | 4                 | 37295                    | 6000 t   | 207                           | 2,1              | 7324                |                              |
|               | ovines                        | 6                 | 50000                    | 873 t    | 23,5                          | 0,4              | 1069                |                              |
|               | porcines                      | 10                | 107000                   | 4500 t   | 127,5                         | 0,3              | 306                 |                              |
|               | Charcuterie                   | 20                |                          |          | 1000                          | 1,8              |                     |                              |
|               | frais                         |                   |                          | 4500 t   |                               | 5                |                     |                              |
|               | jambon                        |                   |                          | 5500 t   |                               | 2,8              |                     |                              |
|               | salaison.                     |                   |                          | 3500 t   |                               | 2                |                     |                              |
|               | Blés                          | 5                 |                          | 108000 t |                               |                  | 10000               |                              |
|               | Semences céréales             | nc                |                          | 48000 t  | 500                           |                  |                     |                              |
|               | Fruits                        | 9                 |                          | 1000 t   |                               |                  |                     | 17                           |
|               | Légumes                       | 6                 |                          | 10000 t  |                               |                  |                     |                              |
| Fromages      |                               |                   | 19500 t                  | 1000     | 1,5                           |                  |                     |                              |
| S/Total       | Tous produits                 | 274               |                          |          | 6500                          | 0,6              | 30000               | 2250                         |
| BIO           | Tous produits                 | 25                |                          |          | 2000                          | 0,2              | 3600                | 450                          |
|               | Fruits et légumes             |                   |                          |          | 500                           | 0,8              |                     |                              |
|               | Céréales                      |                   |                          |          |                               | 1                |                     |                              |
| <b>TOTAL</b>  |                               | <b>377</b>        |                          |          | <b>70000</b>                  | <b>10,6</b>      | <b>160000</b>       |                              |

Source : estimation B. Sylvander, d'après AND (1991), Jolivet (1989), CERQUA, Ministère de l'agriculture, INSEE

**Tableau 1** : Importance économique des Produits de Qualité Spécifiques (estimation).

|                                 | Producteur | Part de marché % |
|---------------------------------|------------|------------------|
| Vente directe (transf. ou non)  | 264 788    | 3,0              |
| Transformation (directe ou non) | env 30 000 | 3,5              |

Source : B. Sylvander (1989) et D. Capt (1989), d'après le RGA

**Tableau 2** : Importance économique des Produits de la ferme

charges, etc. On voit donc qu'à côté des conséquences de l'industrialisation en elle-même, les conditions dans lesquelles elle a lieu créent une incertitude supplémentaire.

### ***Le modèle de développement agricole***

Le modèle promu par la politique agricole des années 1960-80 ne va pas, loin de là, dans le sens d'une réduction des incertitudes sur la qualité. On ne peut contester sa réussite par rapport à son objectif essentiel, qui était l'augmentation de la productivité agricole, mais on observe d'une part qu'il entraîne corrélativement une pollution croissante des produits par les nitrates et les résidus de traitements phytosanitaires et d'autre part qu'il provoque une inadéquation des qualités technologiques aux exigences de l'aval. Les deux phénomènes ont des conséquences dommageables sur l'industrie et sur la consommation. Certes, le paiement du lait à la qualité bactériologique est intervenu assez tôt pour permettre à l'industrie laitière de disposer de matières premières adaptées, mais il n'en est pas de même pour la qualité fromagère<sup>4</sup>, ni pour la qualité boulangère des blés, de plus en plus inadaptée aux technologies modernes de boulangerie.

Au niveau du consommateur, ces incertitudes cumulées sont souvent mises sur le compte d'une agriculture et d'une industrie "intensives", ce qui provoque au cours des années 60 à 80 la montée d'une méfiance envers la qualité des produits (Claudian *et al.*, 1969 ; Claudian et Serville, 1969 ; INSERM, 1976 ; Grignon et Grignon, 1980 ; SOFRES, 1980). On reproche aux produits les "traitements chimiques", le recours aux engrais, l'utilisation de produits suspects (anabolisants en élevage, additifs divers en industrie, etc.). Le veau, les volailles, les fruits font spécialement l'objet de cette attitude. La recherche de la qualité devient pour les consommateurs une démarche complexe et incertaine, chargée d'enjeux.

---

4. L'ensemble des dispositifs (qu'il s'agisse de la régulation des marchés ou de la recherche génétique) a privilégié les rendements laitiers au détriment de l'équilibre TB-TP (taux butyreux / taux protéique).

## **2. Les Produits de Qualité Spécifique : importance économique**

C'est la conjonction de cet ensemble de phénomènes qui explique le développement du marché des Produits de Qualité Spécifique (PQS) (tableau 1).

La concurrence de la grande industrie agro-alimentaire a incité, depuis plusieurs décennies, les artisans et les petites industries à mettre en place des stratégies institutionnelles de résistance, fondées en partie sur la "défense des qualités des produits". C'est ainsi que sont apparus des dispositifs réglementaires qui spécifient des qualités non obligatoires (que nous appelons "qualité spécification", ou "relative") et définissent des produits *différents des produits standards*. Cette orientation a donné progressivement naissance à ce qu'il est coutume d'appeler aujourd'hui les "signes de qualité". L'*Appellation d'Origine*, créée en 1919, peut être amenée à spécifier tous types de produits par voie judiciaire ou administrative. Elle devient "*Contrôlée*" (AOC) en 1935 dans le secteur des eaux de vie et des vins et s'étend aux fromages en 1955. La loi d'orientation agricole de 1960 crée le "*Label Rouge*", mis en place par décret en 1965, puis viennent les produits "*diététiques*", en 1966, les produits "*biologiques*" en 1981 (puis 1988), l'*Appellation "Montagne"* (dans le cadre de la loi "Montagne" en 1985). D'autres spécifications sont couramment employées sans toujours faire l'objet de textes ou disposant de textes partiels, comme les produits "*de la ferme*" (tableau 2).

Les attitudes des consommateurs contemporains, marquées comme nous l'avons vu par une méfiance envers l'industrie, une forte incertitude sur les qualités, une nostalgie envers les produits d'autrefois, un regret du naturel<sup>5</sup>, provoquent l'apparition d'un véritable marché pour les PQS (Sylvander, 1989, 1990, 1991, 1992), qui

---

5. Les recherches sociologiques ont mis en évidence depuis longtemps cette évolution des attitudes : cf. Claudian *et al.* (1969), Ledrut (1977), Thouvenot (1977, 1983), Grignon et Grignon (1983), Lambert (1986), Fischler (1990).

se trouvent ainsi à la conjonction des phénomènes qui affectent l'agriculture, l'environnement, la politique agricole, l'artisanat, la consommation, et qui vont tous dans le même sens. Les PQS représentent aujourd'hui plus de 10 % du marché agro-alimentaire total et concernent, selon les modes de calcul, entre 15 et 25 % des producteurs français.

Sur le plan macro-économique, on peut s'interroger sur le sens de l'évolution des institutions et des politiques publiques qui concernent la qualité. Pendant longtemps, elles ont été guidées par un souci de santé publique et de régulation de la concurrence. Les politiques de spécification, à l'époque de leur création, n'avaient pas pour objectif de réguler le développement économique par la qualité, mais de protéger certains micro-secteurs d'activité : c'était le cas des appellations d'origine de tous types, créées souvent par décret<sup>6</sup>, et aussi celui des "Labels agricoles", qui étaient destinés, souvent implicitement, à limiter les effets de la politique agricole (élimination des petites structures par la concentration des ateliers, réduction des revenus agricoles). Dans le contexte actuel de la crise de la politique agricole commune, les dispositifs de spécification de la qualité et les institutions qui leur sont associées prennent un nouveau sens, car ils sont utilisés par les Etats comme des moyens d'infléchir la Politique Agricole : la qualité devient un moyen de cette politique.

Depuis quelques années, ces dispositifs retrouvent ainsi un nouveau type de légitimité. La baisse des revenus agricoles, les surplus au niveau européen, les récentes négociations du GATT, les menaces de désertification des zones sensibles, les préoccupations des populations européennes pour l'environnement, la demande des consommateurs pour des produits qui soient différenciés, tout en préservant leur santé, sont tout autant de facteurs qui poussent à l'élaboration et la mise en place de "politiques de qualité" à tous les niveaux. En leur sein, les dispositifs anciens sont réutilisés dans ce nouvel objectif. Les adaptations de la Politique Agri-

cole Commune depuis dix ans sont symptomatiques de ce glissement<sup>7</sup>.

### 3. L'approche théorique : qualité et conventions

L'incertitude sur les qualités dans quelque dimension que ce soit (hygiénique, nutritionnelle, d'usage, technologique, de service, voire même symbolique) engendre pour tout acteur du secteur agro-alimentaire (et donc pour tout agriculteur) une situation délicate, car il doit prendre en permanence des décisions sur les transactions satisfaisantes à développer (quels produits, quelles qualités, avec qui et dans quelles conditions ?) : c'est vrai pour l'approvisionnement en matières premières de qualités adaptées, pour la gestion interne de la qualité, pour l'élaboration de stratégies commerciales vis-à-vis des clients et de la concurrence. Pour garantir que ces qualités correspondent bien à leurs besoins (c'est l'origine opérationnelle de la définition de l'AFNOR), les acteurs peuvent s'appuyer sur plusieurs systèmes. Comment aborder la question sur un plan théorique ?

La théorie économique néoclassique traite la qualité de la manière suivante<sup>8</sup>. Les qualités des biens sont censées être parfaitement définies et les acteurs peuvent donc classer les biens en fonction de leurs préférences et optimiser leur utilité. Dans ses développements ultérieurs, elle prend en compte la réalité en admettant que la concurrence est imparfaite, car l'information sur la qualité n'est pas transparente et homogène. Ceci dit, la qualité continue généralement à être définie de manière

---

6. "Noix de Grenoble", "Chasselas de Moissac", "lentilles vertes du Puy", etc. cf. Jolivet (1989) sur la question.

---

7. La reconnaissance de l'Agriculture Biologique au niveau européen et les divers règlements communautaires qui l'encouragent plus ou moins directement vont dans ce sens (A. Glandières, 1991), ainsi que la reconnaissance des volailles Label. On peut noter la même chose pour ce qui concerne les produits fermiers (Sylvander, 1991) ou les Appellations d'Origine Protégées et les Indications Géographiques Protégées, créées au niveau de la Communauté (Com 2081/92).

8. Pour une analyse détaillée de ces questions de définitions théoriques de l'analyse de la qualité, on se reportera à B. Sylvander (1992a, 1992b)

exogène, ce qui pose deux séries de problèmes :

- le problème de la genèse et du fonctionnement des institutions qui la définissent, l'identifient et la gèrent de manière exogène ;
- le problème de la définition endogène de la qualité, par les acteurs eux-mêmes au cours de la transaction, en fonction de l'identification de leurs capacités et des besoins du client.

La question d'une double approche, contradictoire en théorie, de la qualité est ainsi posée : est-elle exogène ou endogène ? Comment s'articulent les deux approches ?

Sur un plan empirique, on observe que les acteurs peuvent se référer à de nombreux systèmes pour se garantir la qualité :

- prix du produit (supposé renseigner sur sa qualité) ;
- apparence du produit (le produit lui-même et son emballage) ;
- compétence individuelle de l'acheteur ;
- cahier des charges et agréage direct ;
- marque individuelle ;
- marque collective ;
- certification par la profession en liaison plus ou moins étroite avec l'Etat : code des

usages, appellation d'origine contrôlée, etc.

- certification par l'Etat : législation, normalisation, certification, labellisation ;
- certification par un tiers expert (organisme certificateur).

Les dispositifs définissant les PQS peuvent être décrits par rapport à cette liste, selon que la garantie est endogène (se détermine et se gère de gré à gré entre les "échangistes") ou exogène (se détermine par des tiers, indépendants, Etat ou profession, de manières variables).

Nous avons vu que, selon les pays et les filières de produits, les démarches sont diverses. En revanche, la question essentielle sera celle de la capacité de tel ou tel système à garantir de manière objective que la qualité fournie correspond à la qualité demandée. C'est ce que nous appelons génériquement "*gestion de la qualité*", pour éviter de multiplier les notions, car il est bien du ressort de la gestion de mesurer et de corriger l'écart entre un objectif et un résultat. Elle peut se situer aussi bien au niveau individuel (entreprise) qu'au niveau institutionnel (profession ou état). C'est l'efficacité de cette gestion qui permettra à la confiance de s'instaurer entre acteurs au sujet d'une transaction.

|                                 | Qualité institutionnelle | Qualité transactionnelle |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Prix                            |                          | •                        |
| Apparence                       |                          | •                        |
| Compétence individuelle achat   |                          | •                        |
| Cahier des charges et agréage   |                          | •                        |
| Marque individuelle             |                          | •                        |
| Marque collective               | •                        | •                        |
| Certification par l'état        | •                        |                          |
| Certification par la profession | •                        |                          |
| Certification par un tiers      | •                        |                          |
| Assurance qualité               | •                        |                          |

Tableau 3 : Les systèmes de garanties de la qualité



La coordination de l'économie par le marché ("Théorie Standard") est insatisfaisante aux yeux des "théoriciens des conventions". Dans son article "Conventions de qualité et formes de coordination", Eymard-Duvernay (1989) écrit : "*Les prix ne constituent plus une variable déterminante pour assurer la coordination, mais un des maillons de l'organisation industrielle, soumis eux-mêmes à des règles conventionnelles plus ou moins instituées*". Qu'en est-il de la qualité, dont nous souhaitons ici étudier le rôle dans la coordination économique ? Dans l'optique de la théorie des conventions, la qualité est un des domaines où se régule l'activité économique suivant des procédures disjointes de la régulation par les prix.

La qualité étant un domaine d'incertitude, la question du mode de définition de la qualité auquel se réfèrent les acteurs est posée de manière aiguë, selon Eymard-Duvernay. L'économie des conventions aborde la question en proposant de faire porter l'analyse sur "*la confrontation entre formes de coordination reposant sur des principes d'évaluation de la qualité différents*". Cela entraîne une hypothèse sur l'existence de plusieurs conventions de qualité, qui interviennent dans la coordination comme exogènes aux lois du marché, tout en le structurant fortement<sup>9</sup>. Finalement, la qualité des biens peut être définie suivant quatre modes différents<sup>10</sup>.

---

9. Le terme "exogène" ne doit pas faire illusion : les conventions sont le produit de l'interaction des acteurs, mais s'imposent à eux dans un deuxième temps. "Le lien social est perçu comme une réalité extérieure par les subjectivités, alors qu'il est le produit de leur interaction" (Aglietta, 1988, p.101, cité par Chevassus-Lozza E. et Valceschini E., 1990). Convergence intéressante : la sociologie de l'interaction aboutit aux mêmes conclusions. R. Boudon, en réanalysant Durkheim, réfute le "sociologisme" qui traite les individus selon lui comme des êtres passifs, purs produits du système social. Il montre que les comportements des individus sont bien influencés par celui-ci, en tant que produit du système d'interactions qui les lie. (R. Boudon, 1979, pp.34 à 46)

10. D'après les travaux de Boltanski et Thévenot (1987), qui ont conceptualisé quatre formes de coordination : marchande, industrielle, domestique et civique. Ce concept a été repris et approfondi depuis par plusieurs auteurs appartenant au courant de l'économie des conventions. Eymard-Duvernay (1987) s'appuie même sur les travaux de Klein et Leffler (1981). "[Ils] mettent l'accent sur deux formes de coordination qui permettent d'assurer les échanges

□ Elle peut être *référée à des standards*. Dans ce cas, les biens sont définis par des règles "objectivées". Il existe un processus et des normes extérieurs<sup>11</sup> par lesquels les acteurs vérifient la capacité des uns et des autres à s'y conformer et cela contribue à réguler les relations entre acteurs, qui se réfèrent à ces normes. C'est la coordination dite "industrielle" ;

□ Elle peut résulter des *liens durables entre les acteurs économiques* : il s'agit alors de relations basées sur la confiance envers des personnes ou des marques, qui s'établit en référence aux transactions passées. C'est la *coordination domestique* ou "de réputation" ;

□ Elle peut résulter de l'adhésion d'un ensemble d'acteurs à un corps de principes sociétaux, qui aboutit entre autres à définir la qualité et à structurer leurs relations économiques : c'est la *convention civique* ;

□ Elle peut résulter enfin du *fonctionnement du marché* : c'est le modèle de l'échange marchand pur ou *coordination marchande*. Les acteurs sont ici en mesure d'évaluer directement la qualité des biens échangés lors des transactions.

Ce cadre théorique nous semble utile, pour approcher le rôle de la qualité dans la coordination économique. (Il est bien sûr exposé ici de manière très sommaire, mais on pourra se reporter à notre contribution au récent colloque de la Société Française d'Economie Rurale pour avoir une analyse plus détaillée de ses implications sur les recherches en économie agro-alimentaire). Dans nos travaux concernant par exemple le poulet sous Label Rouge ou l'Agriculture biologique, nous examinons à quels types de convention les acteurs se réfèrent, au long de l'histoire d'une filière, en matière de qualité. Nous avons montré sur ces cas que les conven-

---

*lorsque le marché est déficient : les dispositifs juridiques, d'une part, les investissements spécifiques d'autre part. [Les premières] ont pour fonction de garantir la réalisation d'un échange sans qu'il y ait investissement dans les liens personnels de confiance (...) [les seconds], à l'inverse, garantissent la continuité de la relation entre les partenaires de l'échange"*

11. "Extérieur" signifie que le processus ne peut se réduire à la stratégie individuelle de chaque acteur. En revanche, l'élaboration des normes les met en jeu dans leurs stratégies institutionnelles.

tions sont rarement "pures" mais plutôt composites. Nous aurons ici l'occasion de compléter ces analyses.

### 3.1. Le modèle CQFD

Dans ce contexte théorique, nos observations confortent et affinent le rôle des conventions de qualité dans les transactions entre acteurs économiques. A ce sujet, il faut préciser que nous distinguons la détermination des origines des représentations de la qualité par les acteurs, qui est du domaine de la sociologie, des mécanismes par lesquels se construisent les conventions de qualité au cours des transactions, qui est du domaine de l'économie.

Nous structurons ces derniers par le recours à ce que nous appelons le "modèle CQFD"<sup>12</sup> (voir schéma p. 36), qui permettra de décrire les modèles mis en oeuvre par les acteurs économiques pour traiter le problème de l'incertitude sur les qualités

#### Qualité et Caractéristiques (Q - C)

Il y a toujours un décalage entre les *qualités perçues* par les acteurs (Q) et les *caractéristiques du produit* (C)<sup>13</sup>. Compte tenu d'une demande de qualité, dont la détermination sociologique n'est pas ici l'objet, les relations entre acteurs lors de l'échange visent de plus en plus à ce que les prestations fournies correspondent aux prestations demandées. L'écart systématique qui existe malgré les efforts déployés vient de la difficulté radicale à percevoir et mesurer toutes les dimensions de qualité par chaque acteur. Les conventions de qualité visent à diminuer l'incertitude sur la définition des produits à échanger. Si elles y parviennent, l'ac-

12. Exposé pour la première fois au cours du colloque de la Société Française d'Economie Agro-alimentaire (SFEA, 5-6 Décembre 1991). Voir Sylvander, 1991. Il est utilisé de manière plus approfondie dans Lassaut et Sylvander, 1992.

13. Nous définissons les caractéristiques comme les attributs mesurables à un moment donné (Lassaut et Sylvander, 1983). L'écart dynamique entre qualité et caractéristiques était analysé dans la première version de cet article (Lassaut et Sylvander, in : Multon, 1985)

cord enregistré supprime l'incertitude. On est alors en présence de variantes caractérisées de produits et non plus de qualités. Par exemple, la normalisation des fruits et légumes en 4 "qualités" (Extra, I, II et III) est une norme objectivable qui s'impose à tous. La théorie économique sait traiter cette question, car la nomenclature des produits ne fait aucun doute. Nous sommes ainsi incités à ne parler de qualité que lorsque subsiste l'incertitude et nous la définissons de la manière suivante :

*"La qualité est l'incertitude sur la définition et l'évaluation des caractéristiques des produits prises en compte par les partenaires lors d'une transaction".*

Les conventions de qualité tendent à diminuer cette incertitude, mais ne la suppriment pas. Si elles le font, on a affaire à une caractéristique ou à une nouvelle variante de produit bien identifiée.

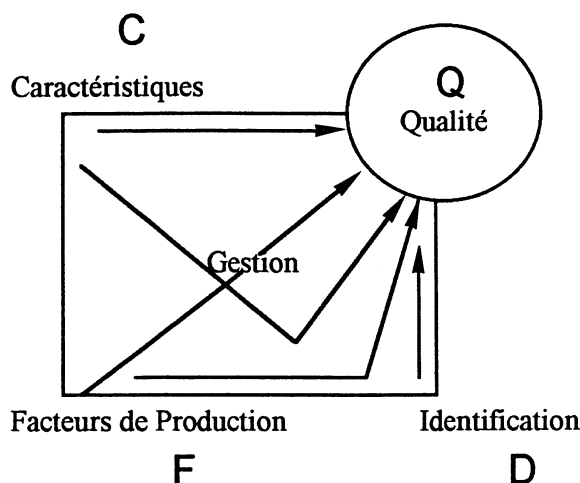
Certains acteurs sont plus équipés que d'autres pour mesurer les caractéristiques. Les acteurs productifs, selon leurs possibilités techniques ou financières peuvent disposer de la volonté et des moyens de le faire. De nombreuses PME ne sont pas dans ce cas, ainsi que les consommateurs, qui sont particulièrement démunis pour cela, comme nous l'avons vu. Ils ne disposent que de leurs sens au moment de l'achat<sup>14</sup> (Appréhension visuelle, olfactive et tactile) et du recours à différents types de prescripteurs.

#### Facteur de production et identité du produit (F - D)

Dans l'agro-alimentaire, où l'incertitude est forte comme nous l'avons vu, la référence aux caractéristiques du produit final est insuffisante pour la réduire. L'insuffisance de critères d'évaluation des caractéristiques au stade de l'achat (voir plus haut), incite le consommateur à établir un lien entre *la qualité du produit et la représentation qu'il a de ses facteurs de production* (camembert "moulé à la louche", pain "cuit au feu de bois", huile

14. Ces moyens sont suffisants en ce qui concerne la qualité organoleptique mais insuffisants sur la qualité hygiénique et nutritionnelle.

d'olive "de première pression à froid", etc.<sup>15</sup>). S'il est en contact direct avec son vendeur, il peut avoir des moyens immédiats de se faire une idée des facteurs techniques (relation directe avec le boucher ou avec l'agriculteur par exemple). Mais si ce n'est pas le cas, le recours à une *iDentification* présente sur le produit (signe de qualité, étiquette, marque) joue le rôle de garantie de qualité.



**Schéma** : La construction de la qualité

Au niveau des opérateurs de la filière, la question est la même. Dans la phase actuelle du développement économique, l'incertitude les pousse à dépasser le stade marchand et à caractériser les produits échangés par le recours à des normes de produit qui en définissent les caractéristiques par les cahiers des charges. Le souci de réduire l'incertitude pousse les plus avancés à analyser les conditions techniques dans lesquelles un fournisseur peut se conformer à ces caractéristiques. Beaucoup le font sans se référer à une réglementation, mais la perspective va dans le sens de l'Assurance Qualité et de la certification d'entreprise.

15. Il s'agit bien de représentations, influencées en retour par les politiques marketing et publicitaires des firmes.

## 4. Les conventions de "Qualités Spécifiques" et le développement

### 4.1. Les conventions de QS dans leur contexte économique général

Notre hypothèse de travail est que la pénétration de l'industrialisation agro-alimentaire peut s'interpréter comme une tendance à la généralisation d'une convention industrielle de qualité dans un secteur dominé par une convention domestique. Les processus et les produits de l'industrie ne peuvent se diffuser que si les technologies elles-mêmes se diffusent et si les matières premières s'adaptent en termes de qualités technologiques. La réglementation, comme nous l'avons vu, accompagne cette évolution en vue de garantir la qualité hygiénique des produits et de poser les conditions de transactions loyales et marchandes dans l'ensemble des filières. Le dispositif de contrôles des qualités orienté nationalement par la Direction des Services Vétérinaires (Ministère de l'Agriculture) et le Service de la Répression des Fraudes (Ministère des Finances) met au point des procédures précises pour que ces contrôles soient efficaces.

La généralisation de la convention industrielle suppose une coordination entre les acteurs industriels, mais lorsqu'elle devient dominante, on peut poser comme hypothèse que la convention s'efface et que les règles de marché et le rôle des prix redeviennent essentiels. C'est le cas de l'industrie laitière (lait de consommation et produits frais), de l'industrie de la conserve végétale (Valceschini, 1991), de l'industrie céréalière (voir l'étude de W. Heintz, dans cet ouvrage) et de l'industrie de la volaille (Saunier et Schaller, 1982), jusqu'à la fin des années 1970, comme on le verra.

Dans quelques secteurs, on enregistre une *résistance forte à ce processus industriel*. Dans le secteur laitier, l'industrie des fromages coexiste avec un secteur artisanal non négligeable et doit même composer avec lui, pour se fournir en matières pre-

mières ou assurer la première transformation (caillage avant affinage) : voir les travaux de P. Boisard et M.T. Letablier (1987, 1991), qui analysent cette coexistence concurrentielle entre ces deux modèles d'entreprises, fondés sur deux conventions de qualité différentes. Dans le secteur des produits carnés, les échanges sur les marchés amont des viandes bovines et ovines sont encore fortement conditionnés par les liens personnels entre acteurs et une évaluation de la qualité fondée sur la confiance mutuelle et sur une appréciation encore largement subjective (Hy, 1986). La qualité finale de la viande bovine, fondée principalement sur la tendreté, est sujette à des incertitudes considérables que seule une coordination industrielle dans la filière permettrait de lever. Dans ce contexte, l'établissement de liens personnels sur le marché de détail est la principale condition d'une garantie fiable de la qualité (Gadéa *et al.*, 1987). Dans le secteur de la boulangerie, B. Lassaut (1987) observe que les boulangeries résistent assez bien à la pénétration de la boulangerie industrielle.

Dans ce contexte général et compte tenu de l'évolution de la P.A.C., notre thèse sera qu'une politique de développement en amont n'existe que si les producteurs agricoles situent clairement leurs entreprises dans une forme de coordination fondée sur une convention de qualité identifiée et convenablement gérée :

- se développer dans le cadre hégémonique du modèle "industriel-marchand suppose une forte connexion sur les entreprises industrielles d'aval, une coordination technique poussée (en termes de qualité technologique) et une bonne performance économique (faibles coûts de production) ;
- une autre voie, qui a fait ses preuves historiquement, consiste à contribuer à construire une convention industrielle alternative, sur la base d'une qualité spécifique : cela peut être le cas de certaines AOC, des Labels Rouges, ou des produits biologiques industriels ;
- enfin, on peut observer un axe de développement fondé sur la consolidation d'une convention domestique (Produits Fermiers ou Biologiques traditionnels).

Pour conserver leur spécificité, ces deux dernières voies doivent néanmoins préserver les liens entre les consommateurs et l'amont agricole, autour de valeurs de type civique, liées aux pratiques agricoles traditionnelles, à l'environnement, au terroir et/ou à la région.

#### 4.2. Les conventions au niveau des consommateurs

Nous pensons que *l'économie des conventions se doit d'intégrer l'analyse du consommateur*. Celle-ci considère en effet, et avec juste raison, que la genèse des préférences n'appartient pas au cadre de l'économie. Le consommateur a des préférences exogènes et se fonde sur elles et sur l'observation des prix pour déterminer son comportement. La qualité n'intervient que dans la mesure où, dans une concurrence imparfaite, il y a dissymétrie de l'information sur des qualités exogènes et mesurables. Dans la conception conventionnaliste, au contraire, l'incertitude engendre une définition en partie endogène des qualités, qui deviennent le produit d'une négociation entre les échangistes. Dans cette mesure, et compte tenu du fait que la coordination doit en grande partie être verticale, l'étude de la manière dont le consommateur se garantit la qualité en situation d'incertitude devient essentielle (Sylvander, 1992, a et b).

Nos récents résultats (Sylvander et Melet, 1993) montrent l'existence de quatre grands types de garantie de qualité (cf. annexe) :

- La qualité est fondée sur l'examen du prix, considéré comme représentatif des coûts de production liés à la qualité ;
- La qualité est fondée sur l'examen de l'apparence, considérée comme représentative de qualités plus intrinsèques. Le consommateur "*oeconomicus*" se considère alors comme suffisamment "averti" pour juger la qualité. Dans ces deux cas, la qualification se réfère aux caractéristiques apparentes : c'est la relation "C - Q". La convention est marchande ou industrielle-marchande ;

□ La qualité est fondée sur une certification agréée par l'Etat, qui atteste de ses facteurs de production et/ou de sa provenance, et s'apparie à une marque. La relation privilégiée est ici "F - D - Q" et la convention est industrielle-domestique ;

□ La qualité est fondée sur la confiance envers le producteur ou le vendeur. C'est la fidélité et la continuité des relations avec lui qui garantit la qualité (convention domestique) (F - Q ou F - D).

Les deux premiers types sont le fait d'un segment de marché populaire (53 % de la population), le second est le fait d'une catégorie aisée et intellectuelle de la population (13,1 %) et le troisième le fait de personnes plus âgées et urbaines (23,3 %).

### 4.3. Les Labels volailles

A l'origine, les labels volailles étaient conçus pour promouvoir les revenus agricoles en sauvegardant un élevage artisanal plutôt que pour contribuer à la construction d'une filière industrielle. C'est cependant cette dernière évolution qui a eu lieu : après sa création en 1965 et une phase de latence, il a connu son décollage en 1975 avec l'arrivée d'entreprises moyennes dans la filière et il occupe aujourd'hui 20 % du marché (Sylvander, 1992b). Un tiers des élevages avicoles appartiennent au "Système Label" qui les protège dans leur existence et dans leurs structures.

Ce développement est dû à la construction d'une convention industrielle de qualité à tous les niveaux. *Elle repose sur une technologie normalisée, différente du standard : cahier des charges cadre agréé par la Commission Nationale des Labels et certification par Organisme Certificateur. Le principe est de partir d'une souche à croissance lente, qui atteigne le poids demandé par le consommateur : (1,5 kg prêt à cuire) à un âge de 81 jours (au lieu de 45 jours pour le standard). Cette différence garantit une texture de viande et une tenue à la découpe idéale du point de vue du consommateur.*

Pour qu'une filière label puisse se développer, *il a fallu qu'un système complexe se constitue. Il faut bien noter en effet qu'au*

stade du détail, rien ne différencie un poulet label d'un non label. L'ampleur des incertitudes et de la défiance des consommateurs quant à la qualité nécessitait la genèse d'une institution capable d'organiser la filière, de fonder la certification sur des procédures précises et de réaliser des contrôles à tous les niveaux. Le "système" structuré qu'on connaît aujourd'hui était porté à l'origine par les pouvoirs publics, qui se sont impliqués dans sa construction et ont investi des budgets importants en publicité collective (années 1965-75).

Aujourd'hui, les recherches montrent que *les consommateurs ont une bonne connaissance du Label (80 % de notoriété, bonne perception des différences de nourriture, des modes d'élevage et du système de contrôle) et qu'ils en légitiment l'existence : 20 % de part de marché et acceptation d'un écart de prix durable sur 15 ans de 1 à 1,8.*

Au début de sa courbe de vie, le poulet Label était consommé principalement par les catégories aisées et jeunes de la population (Lassaut et Sylvander, 1985). *Sa croissance s'est effectuée par diffusion sociale : dès le début des années 80, la composition socio-démographique de l'ensemble des consommateurs était assez homogène, l'habitat discriminant beaucoup plus les achats que les Professions et Catégories Sociales : le label est devenu "le substitut du poulet de ferme pour les consommateurs urbains". La grande distribution, comprenant vite les enjeux en termes de marché, a très tôt travaillé à la promotion du label, alors que beaucoup prévoyaient que les bouchers et volaillers rempliraient cette fonction.*

En revanche, *la vulnérabilité de la convention est de trois ordres. Le premier est la non perception par les consommateurs du facteur principal de qualité qui est l'âge à l'abattage, ce qui laisse la voie libre à d'autres spécifications moins contraignantes et moins coûteuses et exacerbe la concurrence sur le marché. Le deuxième est l'arrivée progressive des grands groupes industriels dans la filière Label : plus diversifiés, plus performants et mieux gérés, ils induisent une concurrence et une tendance à la baisse des prix préjudiciables aux entreprises spéciali-*

sées, plus petites et plus fragiles. Le troisième est la déstabilisation des Organismes Certificateurs, par l'obligation dans laquelle ils sont de mettre leurs activités en conformité avec la norme européenne 45011. Celle-ci leur impose "indépendance, compétence et efficacité" et les éloigne ainsi des opérateurs qui portent le Label.

#### 4.4. La qualité de la viande

Dans le secteur des produits carnés, les incertitudes évoquées en première partie sont très prégnantes et se traduisent par une crise de confiance forte au stade de la consommation. *L'essentiel de la convention à ce stade est domestique.* La principale garantie de qualité est constituée par l'établissement de liens suivis et durables entre le consommateur et "son" boucher (Gadéa *et al.*, 1987 ; Sylvander et Melet, 1993). La première qualité demandée est organoleptique : tendreté et goût, le second dépendant de la première. La croissance de la grande distribution a déstructuré une filière viande où les opérateurs pouvaient jadis maîtriser les facteurs techniques produisant cette qualité et en particulier la maturation de la viande<sup>16</sup>, sans contrôler elle-même le processus au moins à ses débuts (Mainsant et Fontguyon, 1985). Le lancement des Labels Rouges en viandes bovines n'a pas du tout eu le même succès qu'en volailles, puisqu'ils ne concernent que 10 000 tonnes de viande et moins de 1% du marché. Ils se fondent en effet principalement sur la race et l'origine des animaux, et s'attachent peu aux conditions qui font la qualité demandée par les consommateurs : conditions d'abattage et de maturation. De plus, l'unité de labellisation étant la carcasse, la garantie que tel ou tel morceau a bien un label est faible. Cela a conduit les pouvoirs publics à exiger *l'exclusivité de la distribution en Label*, ce qui en limite indirectement la croissance. Le problème est le même en viandes ovines.

---

16 . La tendreté de la viande dépend de l'évolution de ses protéines, déterminée par les conditions d'abattage (pas de stress des animaux), la température et le temps. La viande sera par exemple correcte après 8 jours à 10°C.

Il est difficile de fonder la convention sur une information du consommateur sur les conditions d'abattage et de maturation, dans la mesure où celui-ci ne les perçoit pas (Sylvander et Melet, 1993). Contrairement au Label volailles, les acheteurs les plus motivés par l'origine et/ou la certification sont des catégories âgées de la population, les jeunes consommateurs de tous les milieux sociaux étant beaucoup plus motivés par les qualités de service (préemballage, conservation, etc...). La qualification "Label Rouge", fondée sur l'origine régionale et/ou la race (races allaitantes) est avancée actuellement par des entreprises d'amont (coopératives et groupements de producteurs). Elle n'a des chances de se développer que si l'identification régionale se fonde sur une rigueur dans la définition et la gestion des référentiels et sur un suivi aval de la maturation.

L'orientation dominante consiste néanmoins pour les acteurs industriels de la filière à *prendre en compte les facteurs de coordination technique* agissant sur la qualité à fonder celle-ci sur une négociation des cahiers des charges concernant les conditions d'abattage et de maturation. Dans ce cadre, la seule procédure institutionnelle possible est celle de l'Assurance Qualité, pratiquée de manière forte dans les chaînes de distribution italiennes (groupe Standa) et dans certaines chaînes françaises. En revanche, si le marché de la portion unitaire s'accroît (Mainsant et Fontguyon, *op. cit.*), la "traçabilité" de la qualité deviendra possible et l'exigence d'exclusivité ne sera plus nécessaire. Si dans le même temps les institutions gestionnaires du Label accroissent leur pression sur la *certification du processus de maturation*, les conditions d'une convention industrielle existeront. Nous estimons à 22 % le segment de marché répondant à cette orientation.

#### 4.5. Les fromages AOC

La convention AOC repose sur une toute autre philosophie que le Label Rouge. Elle est construite à partir de l'expérience ancienne du secteur viti-vinicole. Trois conditions doivent être réunies pour bénéficier d'une AOC : le produit doit être origi-

naire du terroir, il doit posséder une notoriété établie et faire l'objet de procédures d'agrément. L'élaboration des dossiers est confiée à des commissions professionnelles, qui sont ainsi impliquées fortement, et l'instruction des dossiers de classement des zones est supervisée par les techniciens de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO).

Les forces de ce système résident dans *l'engagement institutionnel des partenaires qui y sont associés* ainsi que dans une certaine objectivation des relations entre les cépages, les terroirs, les techniques de vinification et l'analyse sensorielle (effectuée obligatoirement depuis 1980). De fait, les consommateurs ont une relativement bonne perception de la signification de l'AOC (IFRES, 1985), puisque 45 % d'entre eux classent de manière correcte les appellations.

Dans le secteur du fromage, en revanche, on est encore loin du compte. Une part importante d'entre eux a été historiquement classée par des lois ou des décrets, *l'instruction des dossiers ayant été plus politique que technique*<sup>17</sup>. On arrive ainsi aujourd'hui à un secteur AOC comptant environ 40 000 producteurs de lait et occupant 15% du marché. Cependant, la convention de qualité des fromages AOC n'est pas vraiment constituée.

Si les consommateurs connaissent les dénominations et reconnaissent la typicité des fromages, sans forcément reconnaître chacun d'eux, *ils sont peu nombreux (15 %) à les rattacher à l'appellation générique "AOC"*. De plus, ils se réfèrent à des facteurs de qualité vagues et encore souvent subjectifs ("tradition": 56,2 % des réponses), qui laissent peu de place à des facteurs tels que le sol et le climat (18 %) ou le contrôle technique (24 %). Ils sont néanmoins 46 % à citer le "soin du professionnel", qui indique qu'ils s'en remettent à eux pour élaborer la qualité. Dans les garanties de qualité, l'apparence arrive en tête (41 %) suivie de la confiance dans la

marque (32 %) et dans le détaillant (29 %), ce qui convergerait *vers une convention de type "domestique"*, la certification par l'Etat étant faible (24 %).

*L'objectivation de la qualité au sein de la filière est rendue difficile* pour d'autres raisons : contrairement au vin, l'origine des matières premières n'est pas rattachée à un terroir (le marché du lait obéit à des lois qui n'intègrent en aucune façon le terroir ni la qualité AOC) et la relation entre qualités finales, conditions pédo-climatiques et techniques de production est très inégale d'un fromage à l'autre.

Les évolutions enregistrées depuis quelques années pourraient bouleverser les conditions d'une nouvelle convention AOC. Le règlement européen n° 2081/92 définissant les Appellations d'Origine Protégées et les Indications Géographiques de Provenance contribue bien sûr à reconnaître en principe le lien *potentiel* entre qualité et origine géographique. Cependant, l'évolution est à une rigueur accrue dans la définition et la gestion de la qualité. L'application du règlement européen doit se traduire par une objectivation des facteurs objectifs de qualité et par une instruction sévère des dossiers. Ils incitent d'abord les professionnels à se mettre aux normes au regard de la réglementation sanitaire et incitent à l'accroissement des connaissances techniques et économiques sur la qualité. L'INAO, qui est chargé depuis 1991 de la gestion des autres secteurs que le vin<sup>18</sup>, transpose les méthodes de ce dernier secteur sur celui des fromages, en donnant au cas par cas à des organisations professionnelles représentatives la responsabilité de l'élaboration de la convention. Ces dernières doivent ainsi gérer les problèmes complexes soulevés par les contradictions entre la gestion du marché du lait, l'objectivation technique de la qualité, les relations entre la qualité de la matière première et les techniques de fabrication et les problèmes des marchés aval. L'avenir de la convention dépendra aussi de l'évolution de ces derniers.

17. Il est évident que les contraintes politiques jouent toujours, quel que soit le degré d'objectivation technique. Voir à ce sujet le travail fort significatif de l'INRA-Corte (Prost *et al.*, dans ce même ouvrage) : dans un contexte où l'instruction technico-économique n'existe pas encore, les réalités politiques prennent le pas.

18. Loi du 2/07/1990

En termes de segmentation de marché en effet, les connaisseurs d'AOC appartiennent aux catégories aisées ou traditionnelles d'âge moyen, qui s'inscrivent dans une convention industrielle-domestique. Pour les catégories jeunes, la certification de qualité doit se fonder sur une meilleure maîtrise technique par les professionnels et sur l'innovation. C'est à cette condition que la catégorie des "amateurs" se renouvellera.

On voit que les enjeux en termes de développement des zones fragiles sont particulièrement aigus sur l'AOC, car les professionnels sont directement mis en face de leurs responsabilités.

#### 4.6. Les Produits Fermiers

Nos recherches dans ce domaine nous conduisent à distinguer deux conventions de qualité, une convention marchande et une convention domestique, dans un domaine qui semble se développer rapidement.

Comme nous l'avons vu plus haut, il compte un grand nombre de producteurs : plus de 250 000 au total. Cependant, il est important de distinguer soigneusement les produits fermiers vendus en direct (transformés ou non) des produits transformés à la ferme (vendus en direct ou non). Ces deux ensembles se recouvrent partiellement. Quelle est l'ampleur de leur développement ? Elle est difficile à évaluer de manière sûre. Nous disposons de quelques données sur la *vente directe* par l'agriculteur et l'*achat direct* par le consommateur. D. Capt (1989) note qu'entre les deux recensements de 1979 et 1988 le nombre des exploitations pratiquant la vente directe a augmenté de 17 % et que leur proportion est passée sur cette période de 19 à 27 % de l'ensemble. Mais elle souligne aussitôt les raisons méthodologiques qui peuvent fausser cette progression, parmi lesquelles la plus importante semble être que la définition des exploitations pratiquant la vente directe s'est élargie entre les deux recensements pour inclure, en plus de la vente à la ferme, en bordure de route ou sur marché, la vente en boutiques, à la restauration et par correspondance (y compris en comité d'entreprises et par groupements divers d'acheteurs). Doit-on en conclure que la

progression enregistrée est fictive ? Ce serait à notre avis exagéré. Il s'agit là en effet de *modes de mise en marché très nouveaux* au niveau agricole et il serait fort surprenant que la "faiblesse" du taux de vente directe enregistré en 1978 soit due au non recensement de nombreux exploitants (mettons 8 % !) qui les auraient déjà pratiqués...

Sur le marché final, la mise en évidence statistique de cette réalité est tout aussi malaisée. On connaît, là aussi, la proportion des achats alimentaires des ménages effectuée directement à la ferme (INSEE 1989). En 1982, elle se situait à 2,3 % du budget alimentaire (en s'étageant de 0,1 % en produits d'épicerie à 10,6 % en volailles). Cette part n'augmente pas en tendance sur la période 1969-83, mais cela ne remet pas en cause l'hypothèse du développement de la transformation à la ferme, qui est en tout état de cause plus récent et qui connaît d'autre part *une forte tendance à s'implanter sur d'autres créneaux que la vente directe à la ferme.*

Les études émanant de structures du développement agricole montrent un engouement récent, au niveau national, pour la transformation à la ferme et pour un raccourcissement des circuits de mise en marché<sup>19</sup>. On peut supposer en fait qu'à une très ancienne tradition de vente directe autour des villes par de petits exploitants vient se greffer une nouvelle activité en développement, beaucoup plus structurée en matière de technologie, de méthodes commerciales et de modèles d'organisation. Les exploitations concernées seraient, dans cette hypothèse, plus importantes aussi bien en surface qu'en nombre de travailleurs ou qu'en dimension économique. Leur proportion par rapport à l'ensemble de celles qui pratiquent la vente directe s'affirme d'un recensement à l'autre (Capt, 1989). Il s'agit de ce qu'on pourrait nommer à l'instar de M. Haines et R. Davis, le "farm-business" (Sylvander et Melet, 1993). Nous utilisons le terme d'"agro-alimentaire paysan".

---

19. Il n'existe actuellement aucun moyen de connaître précisément l'extension du phénomène. Un projet financé par la CEE, auquel nous sommes associés, doit commencer en 1992 et vise à étudier la filière produits fermiers de la production à la consommation.



Ce phénomène se fonde sur la volonté d'un nombre croissant d'agriculteurs d'assurer leurs revenus en augmentant la valeur ajoutée de leur activité. Une des orientations possibles consiste à effectuer sur la ferme la *transformation* des produits. On voit ainsi se développer la production à la ferme de fromages de brebis, de chèvre, de vache, de fromage blanc, de crème fraîche, de yaourt, de charcuterie, de plats cuisinés, de miel, de confitures, etc. Au niveau de la production agricole, ce phénomène s'inscrit dans une tendance générale vers la diversification et la recherche de fortes valeurs ajoutées, en raison de la saturation des marchés (en particulier des quotas laitiers), de la baisse des revenus agricoles et des menaces de désertification.

Comment caractériser les conventions qui contribuent à réguler le marché des Produits Fermiers ? Sur le plan réglementaire, aucun texte ne concerne spécifiquement les produits fermiers. Les dispositions fiscales et la réglementation sanitaire l'encadrent de près, les pouvoirs publics ayant globalement une attitude restrictive à son endroit. Cependant, les enjeux généraux de Politique Agricole conduisent à la mobilisation des structures de développement agricole et par toute une série d'aides, directes ou indirectes, au niveau français ou européen (Sylvander, 1991).

La Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche (DGER) du Ministère de l'Agriculture, qui avait pris une part active aux Etats Généraux du Développement, anime le "Réseau Produits Fermiers", qui a pour base les établissements d'enseignement agricole, riches d'un grand savoir-faire technique et économique. Deux organismes de développement deviennent de plus en plus actifs dans ce réseau : la FNGEDA et la FNCIVAM ainsi que leurs structures de base. Ils aident activement, et sur financement public, les expériences de diversification (élaboration de dossiers de demande de subventions, appui technique, appui commercial). Dans la mesure où de nombreuses expériences se concrétisent par la création de coopératives d'utilisation de matériel (CUMA)<sup>20</sup>,

la FNCUMA y est associée. Citons enfin le GRET (Groupe de Recherches et d'Echanges Technologiques) qui effectue des études et apporte un appui technique, commercial et juridique.

Les conventions "Produits Fermiers" ont pour origine la conjonction historique entre les conséquences actuelles de la politique agricole des années 1960-80 (évoquées en introduction) et l'évolution des attitudes des consommateurs. Tout en incluant dans leurs achats de plus en plus de produits industriels, ces derniers expriment une méfiance envers eux et expriment des motivations, qui se révèlent porteuses pour les produits fermiers : attrait du naturel, préoccupation pour la santé et pour l'environnement, nostalgie envers la tradition, etc.

En effet, les consommateurs ont une image très positive du Produit Fermier. Selon notre enquête de 1989 (Sylvander, 1989), la qualité presque unanimement reconnue par leurs acheteurs aux produits fermiers est leur caractère "*sain et naturel*" (91 %), puis vient leur *goût* (64 %) et enfin leur *équilibre nutritionnel* (28 %). Ces qualités sont imputées à l'idée que les producteurs n'utilisent pas, pour les obtenir, un certain nombre de techniques supposées généralisées dans l'agriculture intensive et dans l'industrie, où l'on "force" ou "traite" les produits (54 % des réponses) : usage de conservateurs, colorants, pesticides, engrais, antibiotiques, etc... La deuxième raison tient à la fraîcheur du produit (30 % des réponses), car il est vendu rapidement après la production et "ne traîne pas dans les rayons". Enfin, l'aspect artisanal (17 %) a un certain poids : fabrication traditionnelle, rustique, ancienne, en petite quantité, par le producteur lui-même, etc.

En revanche, il est tout à fait intéressant de constater que dans le même temps, les consommateurs reprochent à ces produits *de ne pas avoir les qualités qu'il s'attend à trouver chez les produits courants*. Ils citent comme défauts : l'irrégularité de la qualité (19 % des réponses), le manque d'hygiène (23 %) et une présentation peu attractive (19 %). Ils regrettent en fait que le produit fermier ne soit pas... industriel !

20. La CUMA facture son intervention comme une prestation de service à l'agriculteur, qui reste

propriétaire de sa production. Il s'agit donc bien d'une production "à la ferme".

Peu conçoivent des doutes sur l'authenticité des produits. Par contre, le prix est souvent cité comme défaut ! (37 % des réponses). Un cinquième des ménages ne tolère aucun écart de prix avec les produits courants, 32 % tolèrent un écart positif de plus de 30 %. La dispersion de ces résultats incite à la vigilance. La majorité des consommateurs (68 %) s'approvisionne en relation directe avec le producteur, qu'il soit sur un marché ou chez lui, et 22 % d'entre eux s'adressent à un intermédiaire. L'achat direct est encore plus marqué chez les acheteurs estivaux (82 %).

Quels types de conventions peut-on observer ? Là aussi, toute l'analyse repose sur l'incertitude quant à la qualité. En l'absence de toute définition exogène du produit et de tout moyen institutionnel d'identification de la qualité, *la relation directe avec le producteur joue un rôle d'identification de l'origine du produit d'une manière personnalisée*. A partir de là, deux conventions peuvent fonctionner.

Nos recherches nous ont permis en effet de distinguer *deux modèles tendanciels* en matière de consommation, qui font apparaître *deux segments de marchés des PTF*. En marquant volontairement le trait pour mieux les décrire, on peut distinguer *le modèle de nécessité et le modèle de loisir*. Le premier est plus traditionnel, rural et semi-urbain, plus populaire. Il s'agit d'acheter à peu près les mêmes produits qu'ailleurs (produits frais, volailles, fromages, etc.), *de manière quasi "professionnelle"* : forte exigence sur la qualité, que l'on sait identifier, mais aussi sur le prix qui doit être égal ou inférieur à celui des produits et circuits courants. Le recours au producteur se fait là sous contrainte : on peut facilement changer si le besoin s'en fait sentir. Il s'agit typiquement d'une convention marchande.

Le second modèle, plus urbain et "bourgeois", s'oriente sur des produits plus typés, stabilisés et transformés, sans être trop exigeant sur le prix (on peut aller à plus de 30 à 50 % d'écart). Il se pratique souvent occasionnellement, dans le cadre des loisirs, week-end ou vacances. Les produits achetés en direct au producteur, de manière fidèle, mais aussi en grandes surfaces ou de multiples manières (bord

des routes, vente par correspondance, etc.). Plus "ama-teur", il révèle moins de technicité par rapport à la qualité et à la pratique de l'approvisionnement. Il est donc plus vulnérable que le précédent en matière de garantie d'authenticité et de qualité. C'est ici la *relation de confiance*, suivie dans le temps, qui va garantir la qualité : c'est une convention de type domestique.

#### 4.7. Les Produits Biologiques

L'Agriculture Biologique (A.B.) est définie par la loi comme "*n'utilisant pas d'engrais ni produits phytosanitaires de synthèse*", depuis la loi du 4/07/1980 et le décret du 10/03/1981. Elle est reconnue au niveau européen depuis le règlement du 24/06/1991, selon lequel l'A.B. se définit par "*un mode de production original et par l'utilisation de produits dont la liste figure à l'annexe du présent règlement*". Après 60 ans d'existence réelle, elle compte aujourd'hui 3 150 agriculteurs, 450 entreprises de transformation. Les acteurs sont structurés dans 12 Organismes gestionnaires de mentions, qui, jusqu'à la fin 1992 certifiaient les produits selon des cahiers des charges partiellement différents, dans un cadre juridique commun. Selon l'AND (1991), l'A.B. a une part de marché variable en Europe entre 0,2 et 0,8 %. En France, cette part est évaluée à 0,3 %, avec environ 2 Milliards de Chiffre d'Affaires. Nos recherches sur la filière céréales aboutissent à 1 % de part de marché et à 0,8 % sur la filière Fruits et Légumes.

Alors qu'elle était très marginalisée dans le passé, on observe depuis quelques années que *le développement de l'Agriculture Biologique est favorisé par le contexte agricole général actuel*. L'A.B. répond en effet à sa manière à certains des problèmes engendrés par la PAC. Elle est plus extensive et moins productive, ce qui permet à ses partisans de défendre l'idée qu'elle est susceptible de mieux assurer l'emploi agricole et l'occupation du territoire (lutte contre la diversification) et d'abaisser les coûts financiers de soutien des marchés. Elle est en principe moins polluante et enfin, elle est susceptible de répondre aux attentes con-

temporaires des consommateurs en matière de qualité des produits et d'environnement. Nos recherches montrent à cet égard qu'ils sont fortement motivés pour ces produits : un tiers d'entre eux en connaissent la définition, 51 % leur attribuent une valeur santé, 50 % un goût meilleur, 30 % une valeur vis-à-vis de l'environnement.

Après l'avoir longtemps ignorée, *les pouvoirs publics et les organisations professionnelles agricoles ont progressivement reconnu cette forme d'agriculture*. Au niveau européen et avant les évolutions récentes de la PAC, plusieurs mesures ont eu pour effet indirect d'aider son développement. Après 1975 et le règlement sur la montagne et les zones défavorisées, le lancement des PIM (Programmes Intégrés Méditerranéens) et le Livre Vert, le Règlement 797/85 instaure l'aide à la reconversion vers les productions non excédentaires et à la lutte contre la pollution. Cette politique, encore accentuée en 1987 (1760/87), s'oriente explicitement vers l'extensification, comme moyen de résoudre les problèmes cruciaux évoqués plus haut.

En juin 1987, l'acte unique européen réforme les fonds structurels (FSE, FEOGA, FEDER<sup>21</sup>), de manière à ce qu'ils accompagnent plus efficacement une politique fondée sur un double souci : continuer à accroître la productivité tout en sauvegardant une agriculture dans les zones défavorisées. Les objectifs et les missions des fonds structurels sont définis par le règlement 2052/88. Les objectifs 1 et 5b concernent directement la diversification : rattrapage des zones en retard de développement et promotion du développement des zones rurales (PDZR<sup>22</sup>). Les actions au titre des PDZR sont au nombre de cinq : diversification, extensification, pluri-activité, lutte contre la pollution, productions de qualité. Sans être explicitement nommée, on peut remarquer que l'A.B. est concernée par les cinq axes.

A côté de ces atouts, *l'A.B. rencontre des handicaps pour son développement*. Le

premier est constitué par la lourdeur de ses structures et de ses procédures : Syndicats professionnels, Interprofession, Commissions locales consultatives (COMAC), Organismes Gestionnaires, Organismes Certificateurs et de Contrôle, Commission Nationale de l'A.B... Toutes ces institutions ont pour but d'inciter au développement, mais sont freinées dans leur action par les enjeux socio-politiques du changement. En particulier, la transition d'une certification professionnelle à une certification à la norme européenne 45011 pose des problèmes de pouvoir considérables. Cela se concrétise dans des procédures et dans des règles d'étiquetage de produits très complexes.

*La définition technique des produits est également un obstacle*, dans la mesure où elle est restrictive, peu évolutive et où elle s'appuie sur des connaissances scientifiques encore partielles et peu solides. La définition des cahiers de charges est progressive et donne lieu à des affrontements d'où les enjeux concurrentiels ne sont pas absents.

Nos travaux sur les filières (Fouqueau, 1991, 1992) montrent enfin que l'atomisation et la faible taille des structures d'entreprises sont à l'origine d'une grande difficulté dans l'organisation des filières aval, qui freine le développement du marché. Cela se traduit entre autres par des niveaux de prix au stade du détail élevés par rapport au conventionnel (le rapport est en moyenne de 1,8).

Comment caractériser les conventions de qualité qui régulent les marchés des produits biologiques ? A l'instar des produits fermiers, nous identifions *deux types de conventions* (Pernin, 1992), avec néanmoins d'importantes nuances, par rapport à l'analyse faite sur les produits fermiers :

□ La première est fondée sur un sentiment d'appartenance à un mouvement socio-politique et sur des liens interpersonnels forts. L'A.B. est conçue comme une alternative radicale à l'agriculture conventionnelle et sur des positions intransigeantes par rapport à la tradition. Les entreprises agricoles et celles de la filière se réfèrent à des qualités issues des techniques de production agricoles, qui ne doivent pas être dégradées par les technologies d'aval. Les obligations de moyens

21. FSE : Fond social européen, FEOGA : Fonds Européen d'Orientation et de Garantie Agricoles, FEDER : Fond Européen de Développement Régional.

22. Plan de Développement des Zones Rurales

sont plus importantes que les obligations de résultats, qui sont contestées sur le fond. Les Organismes Gestionnaires (O.G.) qui adhèrent à cette convention sont : Nature et Progrès, Biobourgogne, Biofranc, FNDCB, ANAAB. Dans les analyses de filières, les entreprises qui lui appartiennent ont une logique que nous qualifions de "logique amont", même pour ceux qui se situent à l'aval de l'agriculture. Cette convention est de type "domestique-civique" ;

□ La seconde est fondée sur une analyse économique des conditions du développement de l'A.B. : nécessité de réunir des capacités d'investissements, de développer des marques et des circuits de distribution. Les O.G. qui s'y rattachent sont issus d'une scission (très importante par rapport aux multiples scissions qui émaillent l'histoire de l'A.B.) sur cette question économique. On y retrouve : FESA, UNIA, Bioplampac, SNAS et ABF. Les entreprises membres sont souvent des opérateurs d'aval (transformateurs, avec comme fleuron "Diététique et Santé", et distributeurs, avec la chaîne "La Vie Claire"). Elles appartiennent parfois à des groupes financiers tels que "Euro-Nature". La définition de la qualité est moins centrée sur les règles strictes de la tradition et plus sur les exigences technologiques spécifiques à l'aval. La définition de qualité et la convention sont de type industriel.

Les enjeux actuels en termes de développement de marché se situent par rapport à ces deux conventions. Les études de consommation permettent de faire apparaître les perspectives<sup>23</sup>. Depuis 1990 de grands groupes de distribution, dont Monoprix, sont entrés sur le marché. *L'étude de la clientèle montre l'existence de deux segments de marché, qui recourent les deux conventions :*

□ Les "anciens" acheteurs, intellectuels et assez aisés, sont fidèles aux circuits préexistants (achats directs, marchés, magasins coopératifs Biocoop), sans refuser les nouveaux, mais restent plus attachés à l'A.B. comme un choix de société alternatif. Ils sont plus exclusifs dans leurs achats de produits bio et sont prêts à ac-

cepter des écarts de prix de plus de 50%, sachant qu'ils modifient par ailleurs leur alimentation pour en diminuer le coût. Leurs principales garanties de qualité sont le Label officiel "AB", les mentions d'Organismes Gestionnaires et la confiance. Le marché potentiel est de 2,5 %. *Ils s'inscrivent dans la convention "domestique-civique".*

□ Les acheteurs récents privilégient la convention industrielle, qui se réfère plus au produit et à ses qualités intrinsèques : ils sont favorables à une obligation de résultats et ont comme garantie la marque et l'étiquette. Leurs achats sont plus occasionnels, moins fidèles. Ils appartiennent à des catégories moyennes et moins aisées que les premiers, et ne sont pas prêts à payer plus de 20% d'écart de prix. Malgré cela, l'importance potentielle de ce segment permettra aux entreprises qui appartiennent à la convention industrielle de se développer plus vite que les précédents : produits transformés, préemballés, peu différenciés des produits diététiques et des produits "à image bio" et d'atteindre 6 à 8 % de parts de marché.

## Bibliographie

AND, 1991. *Produits agricoles et alimentaires de qualité : importance économique des marchés et potentiels de développement*. Série Documents, Objectif 92, Une Europe sans frontières, CEE DG VI, Bruxelles.

AND, 1992. *La qualité particulière, définitions implications*. Programme Aliment 2000-II, Paris, AND-DGAL.

Boisard P., Letablier M.T., 1987. Le camembert : normand ou normé ? Deux modèles de production dans l'industrie fromagère. *Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi*, n° 30. Paris, PUF.

Boisard P., Letablier M.T., 1991. La norme et le goût. Une coopérative laitière à la reconquête du marché. Communication au colloque INRA-CNRS "Les changements techniques dans les industries liées à l'agriculture" Lille, Mars 1991.

Blanc J.C., 1993. *La filière céréales biologiques : logiques d'acteurs*. INRA, Toulouse.

23 . ACAB, Monoprix, ALIFRA

- Boltanski L., Thévenot L.**, 1987. Les économies de la grandeur, *Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi*, n° 31. Paris, PUF.
- Boudon R.**, 1979. *La logique du social*. Paris, Le Seuil.
- Boulet D., Laporte J.P.**, 1983. Un exemple d'analyse économique de la consommation alimentaire : le vin et les boissons de table. *Economie rurale* n°154.
- Capt D.**, 1989. La vente directe des produits fermiers : évolutions et caractéristiques des exploitations. Communication au colloque "Transformer et vendre des produits fermiers : un avenir ?" Paris, Ministère de l'agriculture, DGER.
- Claudian J., Serville Y.**, 1969. Attitude de la ménagère devant les produits alimentaires proposés par l'industrie. *Cahiers de nutrition et diététique*, vol.IV n°2.
- Claudian J., Serville Y., Tremollières J.**, 1969. Enquête sur les facteurs de choix des aliments, *Bulletin de l'INSERM* tome 24 : 16-22.
- Clément S., Forne J., Saint-Raymond O.**, 1973. Les changements culturels dans le sentiment de l'existence et les relations avec le monde naturel. L'alimentation naturelle. Centre de Recherches sociologiques. Toulouse, Université du Mirail.
- Combris P., Lassaut B., Sylvander B.**, 1976. Incidence sur le comportement alimentaire de l'homme de l'évolution des relations producteur - distributeur - consommateur. *Annales de la nutrition et de l'alimentation*. vol.30, n° 2-3.
- Eymard-Duvernay F.**, 1989. Conventions de qualité et formes de coordination *Revue économique*, n°2.
- Fischler C.**, 1990. *L'omnivore*. Paris, Odile Jacob.
- Fouqueau J.L.**, 1992. *Le développement d'une filière fruits et légumes biologiques*. In : *La filière biologique en Europe*. Paris, FNCIVAM
- Gadea Ch., Belay Ch., Dihouantessa J.**, 1987. *Un Label pour la belle ouvrage ? Etude des représentations et attentes des consommateurs en matière de qualité des produits et services artisanaux*. Toulouse, CNRS-ERMOPRES, Université de Toulouse-Le-Mirail.
- Glandières A.**, 1991. *Quel avenir pour l'agriculture biologique en Europe ?* Mémoire de DAA, Faculté de Droit et de Sciences Economiques, Montpellier.
- Grignon C., Grignon Ch.**, 1980. Styles d'alimentation et goûts populaires. *Revue Française de sociologie*. XXI-4.
- Haines M., Davis R.**, 1987. *Diversifying the farmbusiness*. Oxford, BSP Professional books.
- Hy M.**, 1986. *Les boucheries artisanales dans le processus de modernisation*. Paris, INRA Rungis.
- Hy M., Lassaut B., Nicolas F.**, 1989. Concurrence entre les formes industrielles et artisanales de production-distribution des biens alimentaires. Exemples de la boulangerie et de la boucherie. *Cahiers de l'ISMEA*, 1er semestre.
- IFRES**, 1985. *Les Français, le vin et les Appellations d'Origine Contrôlées*. Paris, INAO.
- Jolivet G.**, 1989. *Rapport sur les appellations d'origine des produits autres que viticoles*. Paris, Ministère de l'agriculture et de la forêt.
- Klein B. et Leffler K.B.**, 1981. The roles of market forces in assuring contractual performances. In : *Journal of Political Economy*, 89.
- Lambert J.L.**, 1987. *Les modèles de consommation alimentaire en France*. Paris, Lavoisier, 1987.
- Lassaut B.**, 1987. *Comportements de consommation et nouvelles formes de production-distribution de pain. Le cas de la production de pâtons crus congelés*. Paris, INRA-Rungis.
- Lassaut B., Sylvander B.**, 1975. *Consommation et qualités alimentaires : l'exemple du lait de consommation*. Paris, INRA-Rungis.
- Lassaut B., Sylvander B.**, 1985. *L'analyse qualitative des modes de consommation alimentaires. Problématique, méthodes et résultats d'enquête dans le cas du poulet*. Paris, INRA-Rungis-Toulouse.
- Lassaut B., Sylvander B.**, 1992. L'enjeu de la qualité sur les marchés des produits agro-alimentaires. In Multon, 1992.
- Ledrut R. et coll.**, 1977. *Le végétarisme*. Toulouse, UTM, Centre de Recherches Sociologiques.
- Mainsant P., de Fontguyon G.**, 1985. *Les distributeurs modernes face à la portion unitaire de viande fraîche*, INRA-Rungis.
- Multon J.L.**, 1992. *La qualité des produits agro-alimentaires : politique, incitations, gestion et contrôle*. Paris, Lavoisier.

**Pernin J.L.**, 1992. *Organisation et dynamiques des réseaux technico-économiques : le cas de l'agriculture biologique en France*. Thèse de Sciences Economiques, Université de Toulouse I.

**Saunier P., Schaller B.**, 1982. *Les déterminants de la concentration dans les secteurs agro-alimentaires : le cas des volailles de chair*. Paris, INRA.

**SOFRES**, 1980. Compte rendu d'enquête de consommation. In : "Mission à l'innovation" Ministère de la recherche, rapport n°5.

**Sylvander B., Mougin L.**, 1986, *La consommation des produits biologiques à Toulouse*. Toulouse, INRA.

**Sylvander B.**, 1989. Le marché de l'agro-alimentaire paysan : situation actuelle et perspectives, Toulouse, INRA.

**Sylvander B.**, 1990. La segmentation du marché du naturel : un paradoxe. In : *Les papiers*. Toulouse-UTM.

**Sylvander B.**, 1991. *Farmhouse products : the french experience*. Agricultural Societies Annual Conference 1991 : Together in enterprise, adding value to welsh agriculture, Aberystwyth, 15th November 1991.

**Sylvander B.**, 1992a. *Conventions on quality in the fruits and vegetable sector : results on the organic sector*. XIIth International Symposium on Horticultural Economics, Montpellier, 7-11 September 1992.

**Sylvander B.**, 1992b. *Conventions de qualité, concurrence et coopération. Le cas du Label Rouge dans la filière volailles*. Séminaire INRA : "Economie des Institutions", Soustons 14-18 Septembre 1992 (à paraître).

**Sylvander B., Melet I.**, 1993. *Marchés des produits de qualité spécifiques (AOC, Labels, Biologique) et conventions de qualité dans quatre pays de la CEE*. Toulouse, INRA.

**Thouvenot C.**, 1977. *Le pain d'autrefois*. Paris, Editions A. Leson.

**Thouvenot C.**, 1983. La qualité alimentaire d'autrefois. *Economie rurale*, n° 154.

**Valceschini E.**, 1991. *Formes de coordination et dynamique de l'incertitude. La qualité dans le secteur des fruits et légumes transformés*. Séminaire final de l'appel d'offres CNRS (PIRTTEM)-MRT (TET)- INRA (ESR) : Les changements techniques dans les industries liées à l'agriculture, Lille, 19-20 mars 1991.

## Annexes

| Types de produits<br>et nature des attentes<br>des consommateurs | Types de consommateurs |           |                                  |           |      |
|--|------------------------|-----------|----------------------------------|-----------|------|
|  | Prix                   | Apparence | Certific.<br>proven. mar-<br>que | Confiance |      |
|  | Nombre                 | 121       | 413                              | 145       | 330  |
|  | % horizontal.          | 12,0      | 41,0                             | 14,4      | 32,7 |
|  | % vertical             |           |                                  |           |      |
| <b>Garantie fromage bleu</b>                                     |                        |           |                                  |           |      |
| Confiance  | 15,26                  | -         |                                  | --        | +    |
| Certif.  | 12,49                  | ---       | --                               | +++       | ---  |
| Apparence  | 20,81                  | +         | +++                              | ---       | ---  |
| Provenance   | 7,53                   | --        |                                  | +++       | ---  |
| Prix   | 7,33                   | +++       | ---                              | ---       | ---  |
| Marque   | 16,95                  | ---       | -                                | +++       | --   |
| Autre  | 0,89                   | ---       | ---                              | --        | +++  |
| <b>Garantie Poulet</b>   |                        |           |                                  |           |      |
| Confiance  | 25,37                  | ---       |                                  | ---       | ++   |
| Certif.  | 26,66                  | --        | -                                | +++       | -    |
| Apparence  | 31,32                  |           | +++                              | ---       | ---  |
| Provenance   | 8,23                   | ---       | -                                | +++       | -    |
| Prix   | 11,60                  | +++       | ---                              | ---       | ---  |
| Marque   | 15,26                  | -         |                                  | ++        |      |
| Autre  | 2,97                   | +++       | ---                              |           | +++  |
| <b>Garantie Viande rouge</b>                                     |                        |           |                                  |           |      |
| Confiance  | 46,68                  | ---       |                                  | ---       | +++  |
| Certif.  | 14,57                  | ---       | ---                              | +++       | ---  |
| Apparence  | 47,87                  | --        | +++                              | ---       | ---  |
| Provenance   | 4,96                   | ---       | ---                              | +++       | ++   |
| Prix   | 16,95                  | +++       | ---                              | ---       | ---  |
| Marque   | 8,72                   | ---       | ---                              | +++       | +++  |
| Autre  | 1,68                   |           | --                               | ++        | ++   |
| <b>Garantie Biscuits</b>   |                        |           |                                  |           |      |
| Confiance  | 17,05                  | -         | +                                | -         |      |
| Certif.  | 6,14                   |           | ---                              | +++       | -    |
| Apparence  | 21,11                  | ++        | ++                               | -         | ---  |
| Provenance   | 3,57                   | ---       | ++                               | +         | --   |
| Prix   | 19,62                  | +++       | -                                | ---       | ---  |
| Marque   | 35,68                  | ---       |                                  | +++       | ---  |
| Autre  | 7,23                   | ---       |                                  | -         |      |

Tableau 1 : Types d'attitudes sur les garanties de qualité par produit<sup>24</sup>

24 . La technique des nuées dynamiques permet d'aboutir à une typologie des répondants en maximisant la variance inter groupes et minimisant la variance intra groupe. Ici, la variance expliquée est de 26,5 %. Le nombre de croix est proportionnel à l'écart des réponses du groupe par rapport à la moyenne fournie en première colonne.

+++ : écart de + de 30 %

++ : écart de 20 à 30 %

+ : écart de 10 à 20 %

Idem pour les écarts négatifs. La valeur du pourcentage moyen est cependant à garder à l'esprit.

Question : Comment vous garantissez-vous que le produit a bien la qualité attendue ?

| Profil des types                    | Types de consommateurs |                              |                      |                           |                        |      |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------------|----------------------|---------------------------|------------------------|------|
|                                     | populaires ruraux      | ouvriers jeunes et étudiants | pers. âgées urbaines | aisés parisiens âge moyen | semi-urbains âge moyen |      |
|                                     | Nombre                 | 121                          | 413                  | 235                       | 132                    | 108  |
|                                     | % horizontal.          | 12,0                         | 40,9                 | 23,3                      | 13,1                   | 10,7 |
|                                     | Repart. vertic.        |                              |                      |                           |                        |      |
| <b>Types de conventions</b>         |                        |                              |                      |                           |                        |      |
| Prix                                | 11,99                  | +++                          | ---                  | ---                       | ---                    | ---  |
| Apparence                           | 40,93                  | ---                          | +++                  | ---                       | ---                    | ---  |
| Certif-marque-proven.               | 14,37                  | ---                          | ---                  | ---                       | +++                    | -    |
| Confiance                           | 32,71                  | ---                          | ---                  | +++                       | ---                    | +++  |
| <b>Habitat (10<sup>3</sup> Hab)</b> |                        |                              |                      |                           |                        |      |
| < 2                                 | 27,85                  | +++                          |                      | -                         |                        |      |
| 2 à 20                              | 15,06                  | ++                           | -                    |                           |                        | +++  |
| 20 à 100                            | 14,17                  | --                           | +                    |                           | -                      | --   |
| > 100                               | 26,76                  | -                            | +                    | +                         |                        |      |
| Agglo Paris                         | 16,15                  | ---                          |                      |                           | +++                    |      |
| <b>Catégories socio-prof.</b>       |                        |                              |                      |                           |                        |      |
| Agriculteur                         | 4,76                   | +                            |                      | -                         | --                     | +++  |
| Arti-com                            | 6,74                   | +++                          | -                    |                           | ---                    | +++  |
| Cadre sup.                          | 11,30                  | ---                          |                      | --                        | +++                    | +++  |
| Cadre moy.                          | 16,55                  | --                           |                      | ---                       | +++                    | +++  |
| Employé                             | 12,19                  |                              |                      | -                         | +++                    | ++   |
| Ouvrier                             | 23,49                  | +++                          | ++                   | --                        | -                      | --   |
| Etud-Cho                            | 0,99                   | ---                          | +++                  | ++                        | --                     | ---  |
| Retr-inac.                          | 23,69                  |                              |                      | +++                       | ---                    | ---  |
| NSP-SR                              | 0,10                   | ---                          | ---                  | +++                       | ---                    | ---  |
| <b>Age des interviewés</b>          |                        |                              |                      |                           |                        |      |
| < 25 ans                            | 8,13                   |                              | +                    |                           |                        | ---  |
| 25 - 34 ans                         | 26,26                  | +                            | +                    | ++                        | +                      | ---  |
| 35 - 49 ans                         | 30,43                  |                              |                      | ---                       | ++                     | +++  |
| 50 - 64 ans                         | 20,22                  | ---                          |                      | +++                       | --                     | ---  |
| > 64 ans                            | 14,97                  | +                            | -                    | +++                       | ---                    | ---  |

Tableau 2 : Typologie des consommateurs selon les conventions de qualité