

PSDR Recherches "Pour et sur le développement régional" en Languedoc-Roussillon

Agriculture et agroalimentaire dans le développement des territoires en Languedoc-Roussillon : quelles questions à la recherche ?

Dynamiques croisées des stratégies commerciales et des systèmes de production à la mise en place d'une certification d'origine cas de l'AOC Pélardon

La mise en place de l'AOC Pélardon a des conséquences sur :

- les stratégies de commercialisation
- les dynamiques des systèmes de production
- les coordinations techniques éleveurs - laiteries.

Le projet a porté sur l'analyse des adaptations d'amont et d'aval générées par la mise en place de l'AOC.

Son objectif est de rendre lisible ces évolutions pour accompagner les ajustements entre les stratégies individuelles et collectives au niveau :

- des relations éleveurs - laiteries,
- de l'organisation de la filière AOC.



Photos : Syndicat des producteurs de Pélardon

Contexte et enjeux

Les signes de qualité liés à l'origine constituent un véritable enjeu pour la filière caprine peu soutenue par les politiques publiques. Sur les 42 AOC fromagères existant en 2005, 11 sont caprines et la moitié d'entre elles ont moins de 10 ans. La nouvelle AOC Pélardon, reconnue depuis août 2000 est un atout pour le développement de la filière de fromage de chèvre en Languedoc-Roussillon, comme pour le développement de l'arrière-pays. Son application induit des changements profonds et des adaptations interpellant toute la filière. La demande à l'origine du projet PSDR est venue de la coopérative laitière de Moissac. Elle porte sur la gestion de la saisonnalité de la collecte, véritable difficulté pour l'accès aux marchés de la grande distribution.

Objectif et méthode du projet

Nous avons conduit une analyse croisée de l'évolution des stratégies commerciales et de celle des systèmes d'élevage, à deux niveaux d'échelle. A l'échelle du bassin de collecte de la coopérative Cévenole nous avons étudié les coordinations d'amont et d'aval par rapport à la gestion de la saisonnalité de la collecte. Au niveau de la filière AOC, nous avons étudié les circuits commerciaux, les gammes de produits,

les dynamiques des systèmes d'élevage fermiers et laitiers. La démarche repose sur :

La formalisation des modes de conduite des troupeaux et des stratégies commerciales et de leurs évolutions :

- ◆ Enquêtes compréhensives auprès des éleveurs d'un bassin de collecte laitière et d'éleveurs fermiers (n= 60) (pratiques de conduite du troupeau, stratégie de commercialisation, trajectoire de l'exploitation, projets) ;
- ◆ Étude de la saisonnalité des livraisons à partir de l'analyse de bulletins de collecte laitière ;
- ◆ Enquête transformateurs et distributeurs (réseaux de commercialisation-gammes de produits-évolutions).

La mise en relation des trajectoires d'évolution individuelles et collectives sur base de représentations graphiques temporelles, facilitant la prise de recul sur ces processus de transformation.

L'organisation d'un dispositif spécifique :

- ◆ Pour co-concevoir en groupes thématiques restreints composés de chercheurs et de partenaires ;
- ◆ Pour mettre en débat régulièrement ces lectures de situation au niveau du comité de suivi du projet.

Participants

Animateur : M. Napoléone
Inra Ecodéveloppement
Domaine Saint Paul Agroparc
84914 Avignon cedex 9.
Napoleone@avignon.inra.fr,
tél : 04 32 72 25 73.

Autre

Boutonnet J.-P., UMR
Innovation Inra Agro Montpellier
boutonnet@ensam.inra.fr

Collaborations professionnelles

(orientations et appuis)
Monod F. et Flayol J.,
Fromagerie coopérative des
Cévennes à Moissac (48) ;
Rio M., Association
des producteurs de Pélardon
Montpellier ;
Mme N. Tourier Languedoc
Roussillon Elevage Montpellier,
Mme Holtz E., Institut de
l'élevage Toulouse ;
Levesque L. Chambre
d'agriculture 48.

Ajuster la saisonnalité de la production à celle des ventes : une difficulté...

Le production laitière caprine est saisonnée : pic de production au printemps.

La saisonnalité de la demande est spécifique à chaque type de circuit commercial.

En grande distribution, la demande est régulière sur l'année.

Le cahier des charges de l'AOC exige de transformer du lait cru. Il interdit l'utilisation de caillé congelé, principal moyen d'ajustement entre la saisonnalité de la collecte et celle des ventes.

La mise en place de l'AOC renforce la nécessité de gérer la saisonnalité de la collecte et conduit à de nouvelles coordinations entre l'amont et l'aval.

L'AOC : passeport vers les circuits commerciaux éloignés de la zone de production

L'AOC jouant comme une norme apporte à l'acheteur une garantie de conformité. Elle permet d'accéder à des marchés éloignés de la zone de production.

L'AOC, signe de qualité lié à l'origine, protège le produit des fabrications hors zone : production et transformation doivent être réalisées dans l'aire de délimitation géographique.

L'AOC élargit le potentiel de ventes hors région.

A sa mise en place

Clé d'entrée vers la grande distribution

L'AOC est utilisée pour l'accès aux marchés lointains hors région via la grande distribution. Le prix de vente au détail du fromage AOC y est plus élevé que celui des autres fromages de chèvre. Il est plus élevé aussi que le prix obtenu dans la zone de production. Ces circuits exigent des volumes importants et une régularité des approvisionnements. Ces circuits concernent les entreprises laitières et les plus grandes exploitations fermières (moins de 15 % des élevages) qui peuvent répondre à ces exigences.

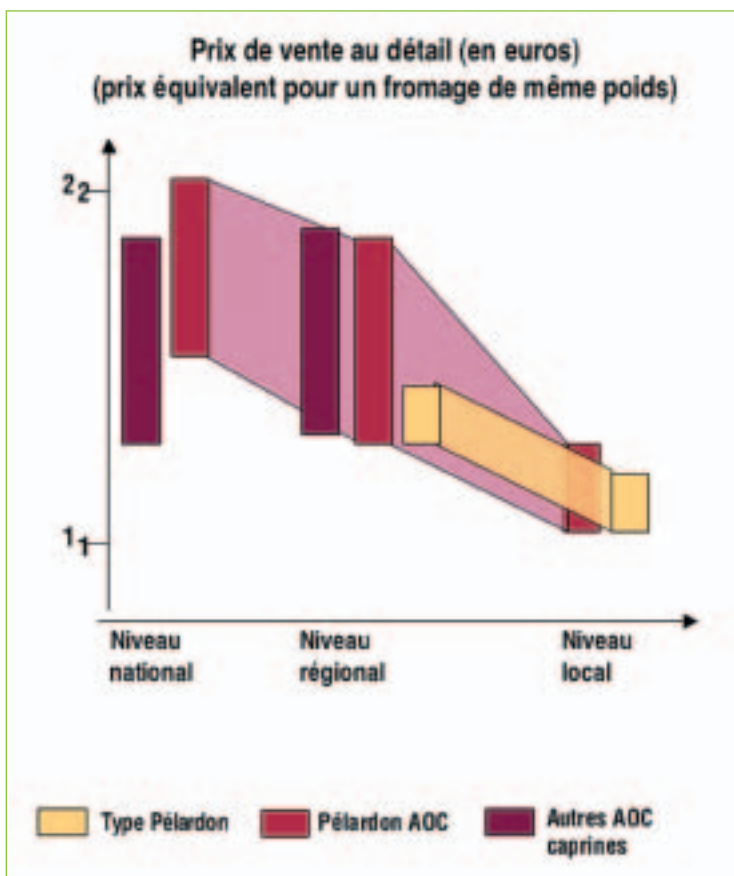
... L' AOC n'est pas un argument de vente sur le marché de proximité pour les éleveurs ayant déjà leur clientèle. Le fromage de chèvre traditionnel sans

En filière laitière, la diversité des pratiques de production sur une base territoriale : outil d'ajustement amont - aval

Le développement des ventes sur le réseau national de la grande distribution est un enjeu pour la filière laitière. Mais cela nécessite de gérer la saisonnalité de la collecte sur le bassin de collecte laitière.

La collecte est saisonnée

Le volume livré en basse saison conditionne les accords commerciaux pour l'écoulement des produits AOC.



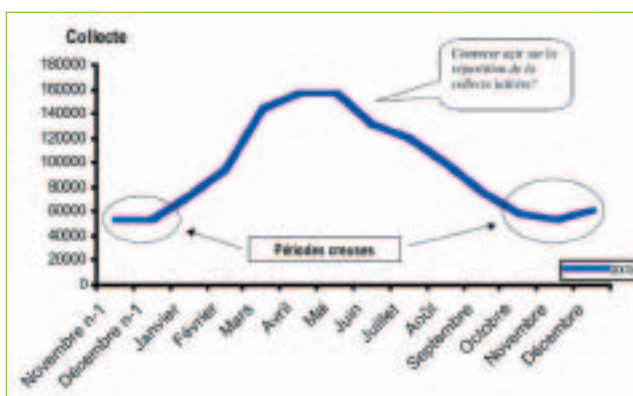
certification se vend aussi cher que le Pélardon AOC. Ces circuits concernent 85 % des chevrillers fermiers de la région.

Trois ans après sa mise en place, les ventes éloignées développent la notoriété du produit...

... Ce qui permet d'envisager de nouveaux circuits commerciaux lointains non tributaires de la grande distribution : par exemple des créneaux spécialisés (crémiers, affineurs, points de vente de produits de terroir...), qui peuvent prendre en compte la saisonnalité de l'approvisionnement.

... Ce qui a des retombées sur les demandes et sur les ventes en région où les détaillants et les consommateurs demandent eux aussi de plus en plus la garantie de l'origine.

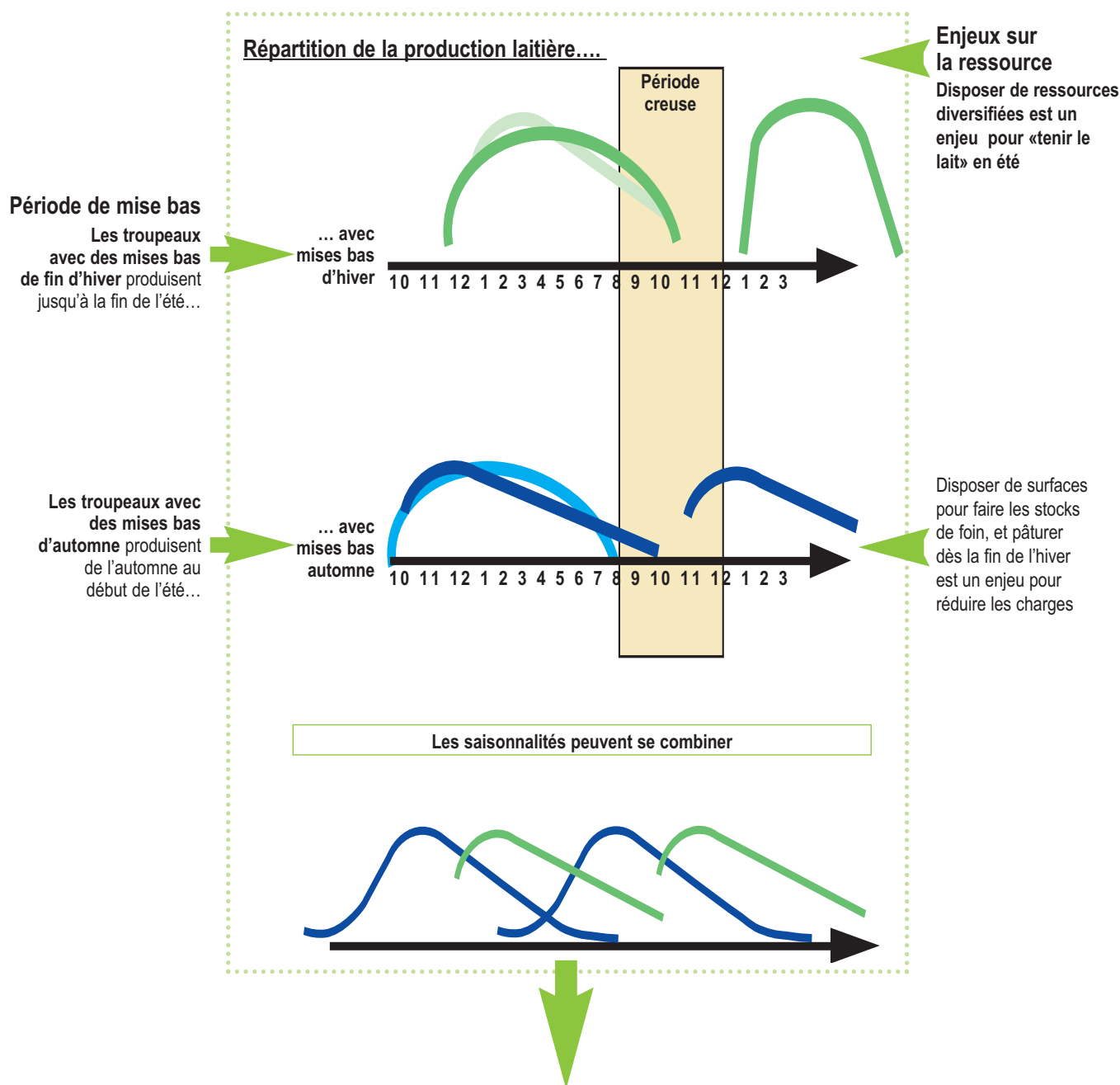
Malgré les grilles de prix, mises en place de longue date, la collecte reste saisonnée sur un bassin de collecte (rapport de 1 à 3).



Les pratiques de conduite des troupeaux conditionnent la saisonnalité des livraisons :

- ◆ La période de production dépend de la - ou des - période(s) de reproduction au sein du troupeau ;
- ◆ La cinétique et la régularité de la production laitière du troupeau reflètent la combinaison des ressources alimentaires au cours du temps (alimentation en chèvrière et au pâturage).

Les différents systèmes de production peuvent contribuer à la collecte de façon complémentaire.



Mettre en valeur la diversité des pratiques d'élevage présentes sur le bassin de collecte peut contribuer à la gestion de la saisonnalité sur le bassin de collecte. Cela nécessite :

- ◆ de formaliser la diversité des pratiques,
- ◆ et d'organiser un dispositif facilitant i) la mise en place et la gestion de l'ajustement entre l'évolution des systèmes de production et celle des réseaux commerciaux, ii) l'identification des marges de manœuvre individuelles et collectives.
- ◆ La gestion raisonnée des ressources fourragères et pastorales est un enjeu pour l'éleveur comme pour la maîtrise de la collecte laitière.

En filière fermière : d'une situation paradoxale vers une dynamique de développement de l'ensemble de la filière

2002 : Seuls certains élevages utilisent l'AOC pour certains circuits

L'AOC, argument de vente utilisé pour l'accès aux circuits longs



Par

Élevages grands effectifs pouvant :

- fournir des volumes importants, même en hiver,
- répondre à une augmentation de la demande,
- pratiquer plusieurs périodes de mises bas décalées afin d'assurer la régularité.

L'AOC n'est pas un argument de vente utilisé sur les circuits courts



Par

Les troupeaux de plus petits effectifs

conduits de façon plus traditionnelle, proche de l'image véhiculée par l'AOC.

2005 : vers un outil de développement pour l'ensemble de la filière fermière ?

La notoriété du Pélardon s'amplifie localement.
L'obligation d'utiliser le pâturage fait son chemin...

- ◆ Les jeunes installés utilisent l'AOC pour garantir leur savoir faire auprès de leurs clients ;
- ◆ Des fermiers se regroupent pour vendre hors zone sur des circuits mettant en valeur les produits de terroir, avec leur saisonnalité ;
- ◆ Les élevages intensifs modifient leurs pratiques pour intégrer le pâturage dans l'alimentation des troupeaux.

L'AOC est le point de départ d'un ensemble d'évolutions au niveau des marchés, des entreprises, des systèmes d'élevage. Elles concourent à une modification de la notoriété du pélardon et de l'image du produit. Trois ans après sa mise en place, l'AOC pélardon génère un processus d'organisation impliquant toute une filière.

La formalisation du lien au terroir, la mise en valeur de la diversité des systèmes de production sur une base territoriale est un enjeu, que ce soit

pour l'ajustement entre les dynamiques d'amont et celles d'aval, ou pour cheminer vers un développement durable de la filière caprine régionale dans un contexte de mondialisation de l'agriculture.

Dans ce contexte d'évolution et d'incertitude, l'intérêt du programme PSDR nous paraît être de renvoyer une image des dynamiques émergentes pour faciliter les prises de décision des acteurs.

La filière Pélardon en 2004 :

109 producteurs
220 tonnes de Pélardon
70% d'éleveurs «fermiers» fabriquent et vendent leur fromage ;
30 % d'éleveurs «laitiers» vendent leur lait à une laiterie.
4 transformateurs
(2 coopératives - 2 privés)
collectent le lait de 10 à 28 producteurs.

Pour en savoir plus :

BenKalha A., Boutonnet JP., Fort F. 2005 : Enjeux de la certification d'origine et stratégie d'acteurs. Le cas de l'AOC Pélardon. In : Economie et société, n°27, 5 : 2005, p 877-894.

Boutonnet JP, Napoléone M., Rio M., Monod F., 2005. AOC Pélardon, filière en émergence. Enseignements et questions vives. Symposium PSDR Lyon mars 2005 - 10 p.

Napoléone M., Boutonnet JP., 2006 : The PDO Pélardon, the federator of new individual and collective dynamics. In Livestock farming systems : product quality based on local resources leading to improved sustainability. EAAP publication N°118, 2006 5p.

Napoléone M., Boutonnet JP., 2006 AOC Pélardon, du compromis vers l'émergence d'actions collectives. Séminaire SFER : systèmes de production Lille 18-19 :11 : 04, 10 p.

Napoléone M., 2005. Flexibilité des systèmes de production et coordination technique au sein d'un bassin de collecte laitière. Intérêt d'une approche par les processus de transformation. Séminaire Inra Trapeur 15-16/ 03/ 2005 (In Site web Inra Sad)