



la lettre

juin 2009
n° 4

Éditorial

La conjoncture est difficile, inutile de le rappeler !

Toutefois, tous les grands stratèges s'accordent pour dire que cette crise n'est pas seulement une crise économique mais aussi une crise de valeurs. Dans ce contexte, les produits qui s'appuient sur une démarche construite et explicable aux consommateurs ont une carte à jouer.

Nos AOC doivent donc poursuivre leurs efforts de communication tout en s'appuyant sur leurs fondamentaux.

Les AOC se sont toujours démarquées par des organisations en filières originales liées à des contextes locaux différents. L'expérience montre que cette gestion par un collectif d'hommes et au plus près du terrain a permis à nombre d'entre elles de garder leur personnalité et leur originalité ; éléments qui font leur force auprès des consommateurs.

Mais ces organisations ne tiennent que par les hommes qui les animent. Or les générations fondatrices du « renouveau » des AOC dans les années 1990 arrivent progressivement à la retraite... et une nouvelle génération prend le relais. Aussi le CNAOL a souhaité engager une réflexion sur la mobilisation des acteurs de la filière dans l'action collective.

Il convient de réfléchir ensemble à une communication au sein de nos filières pour poursuivre et renforcer le travail collectif qui est un des fondements de nos AOC.

Ce sera le thème de notre Assemblée Générale.

Le Président
Bernard PELLICIER

A vos agendas !

A l'invitation des AOC Chavignol, Pouligny St Pierre, Ste Maure de Touraine, Selles sur Cher et Valencay ,

Le CNAOL tiendra son **Assemblée Générale**

le 11 septembre prochain à Tours

sur le thème « **les hommes, cœur des démarches collectives AOP** » .

Les consommateurs et les appellations d'origine laitières : des liens qui se resserrent

En avant-première, quelques résultats d'une étude réalisée par la société LH2 et qui porte sur la perception des Appellations d'Origine par les consommateurs et la mesure de l'impact de l'apposition d'un nouveau logo faisant référence aux AOP.

Quelle est la place accordée au fromage par les consommateurs ?

Le fromage est ancré dans les habitudes de consommation : **plus de 9 personnes sur 10 en consomment au moins une fois par semaine et une sur 2 tous les jours ou presque**. Pour les consommateurs, le goût est le premier critère qui définit un fromage de qualité. Viennent ensuite les notions de contrôle et de tradition. Si l'AOC n'est pas reconnue en tant que telle comme un gage de qualité pour le fromage, ce sont pourtant ses principes qui sont mis en avant. Dans le choix d'un fromage, l'aspect et en particulier l'apparence appétissante et d'autres critères organoleptiques (odeur, goût supposé, couleur de la croûte) sont prioritaires tout comme le prix.

Notoriété des AOC fromagères.

Bien que la notion d'AOC soit **bien connue** des consommateurs (plus de 7 sur 10), ce critère reste peu présent à l'esprit lors de l'acte d'achat.

Dans tous les cas, **les consommateurs ont du mal à repérer les produits AOC en linéaire**.

Toutefois, sur présentation du logo, 58% des consommateurs le reconnaissent.

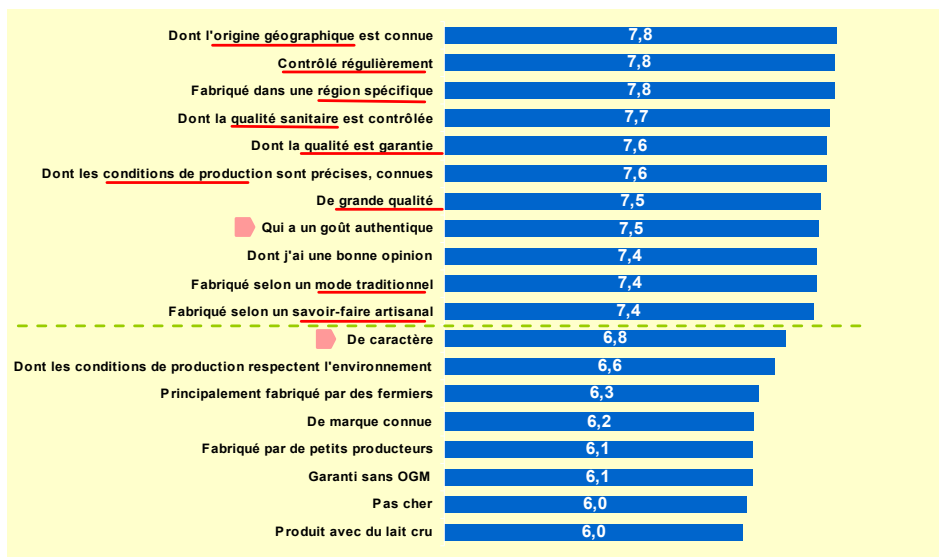
Consommation et image véhiculée par l'AOC (graphe ci-contre)

Spontanément, les raisons de consommation de fromages AOC citées sont : **l'authenticité et la tradition** (citées par 49% des répondants), **le goût** (40%), **l'origine** (ils proviennent d'une région réputée pour ses fromages) (36%).

Le premier frein à l'achat d'un fromage AOC est son prix (47%). Viennent ensuite les habitudes (36%), l'absence de perception de différence de goût ou de qualité avec des fromages non AOC (34%).

Pour le consommateur, l'AOC est une assurance de qualité liée à deux principaux facteurs : l'origine géographique spécifique, les contrôles réguliers.

Q25 - Voici un certain nombre de caractéristiques qui nous ont été données sur les fromages d'appellation d'origine. Pourriez-vous nous indiquer si selon vous chacune d'elles s'applique ou non à un fromage d'appellation d'origine. (Note de 0 à 10, de pas du tout d'accord à tout à fait d'accord)



Q21—Voici un certain nombre de phrases qui nous ont été données sur les logos des appellations AOP et AOC (laisser les logos AOC noir et blanc et AOP rouge et or) D'après ce que vous en savez, dites nous, à l'aide de cette échelle, si chaque phrase s'applique très bien ou pas du tout à ces logos.

	Logo AOC A	Logo AOP B
Garantit une origine du produit	7,2 B	6,4
Valorise les fromages français	7,1 B	5,8
Garantit un procédé de fabrication selon un savoir-faire traditionnel régional	7,1 B	6,0
Garantit le respect d'un cahier des charges allant de la production du lait à la fabrication	7,0 B	6,4
Garantit un mode de fabrication particulier	7,0 B	6,1
Garantit des conditions d'affinage contrôlées	6,9 B	6,1
Garantit un fromage dont la fabrication respecte des règles d'hygiène stricte	6,9 B	6,4
Garantit un fromage qui provient d'une zone de production géographiquement délimitée	6,9 B	6,0
Garantit un fromage qui a un vrai goût de terroir	6,9 B	5,8
Protège des copies ou contrefaçons en Europe	6,4	6,3
Garantit une alimentation saine des animaux dont est issu le lait de production	6,4 B	5,8
Permet de préserver des emplois dans les régions françaises	6,4 B	5,4
Est une appellation reconnue par l'Europe	5,7	6,2 A
Valorise tout fromage européen	5,3	6,1 A

L'AOC est donc un signe distinctif peu pris en compte lors de l'acte d'achat mais qui résonne avec qualité et garanties liées aux contrôles.

Substitution de l'AOC par l'AOP : quelle perception ? (tableau ci-contre)

La notion d'AOP est peu connue (11% des consommateurs en ont entendu parler). Sa notoriété est d'abord portée par le logo, néanmoins connu par seulement 16% des consommateurs. Si l'AOC a un contenu fort pour le consommateur en matière de région d'origine, de procédé de fabrication, de contrôle ou de qualité gustative, l'AOP doit encore se créer son identité. L'AOP se démarque par sa reconnaissance européenne mais doit capitaliser sur le fait « qu'AOC=AOP » pour bénéficier de toutes les dimensions de l'AOC.

Il est donc essentiel de communiquer afin de rappeler qu'AOC = AOP avec un « petit plus », la protection européenne.

Consolidation des Cahiers des charges des AOC, objectifs et démarches

La réforme des Signes de la Qualité et de l'Origine a entraîné des changements dans la vie des AOC : l'ODG, les plans de contrôle, les cahiers des charges... Les cahiers des charges doivent répondre aux dispositions réglementaires européennes en matière d'AOP et nationales. Ils doivent être homologués par les pouvoirs publics avant le 31 décembre 2010.

Pour respecter ce délai et traiter au mieux les dossiers des 70 appellations concernées, l'INAO souhaite que les ODG lui transmettent un projet de cahier des charges ou une note d'intention avant la fin du mois de juin 2009.

Que doit contenir le cahier des charges ?

L'article R641-12 du Code rural donne la définition suivante du cahier des charges : « Le cahier des charges décrit la spécificité du produit, définit ses conditions de production, de transformation, et éventuellement de conditionnement, précise s'il y a lieu l'aire et les zones dans lesquelles les différentes opérations sont réalisées et indique les principaux points à contrôler ainsi que leurs méthodes d'évaluation. [...] Ce dossier est complété, pour une AOC, en vue de sa reconnaissance, par les éléments justifiant le lien avec le milieu géographique ».

Tous ces éléments figurent dans plusieurs documents qu'il convient de consolider.

Pour faciliter cet exercice et s'assurer que le document consolidé correspond aux prescriptions européennes du cahier des charges de l'AOP, l'INAO a élaboré un plan type de cahier des charges ainsi que des consignes rédactionnelles (se référer au « guide du demandeur d'AOC » téléchargeable sur le site de l'INAO).

Comment rédiger ce cahier des charges ?

L'ODG doit reprendre le cahier des charges tel qu'enregistré par la Commission européenne et ajouter les dispositions contenues précédemment dans les différents textes publiés au niveau national : décret, RTA, décret transversal traitement et additif... (voir schéma ci contre).

A l'occasion de ce travail de réécriture, les ODG peuvent demander des modifications des conditions de production ou encore modifier des points qui s'avèrent « difficilement contrôlables », etc.

Ces demandes de modification seront analysées par le Comité National des Appellations laitières et agroalimentaires de l'INAO afin de savoir si leur traitement est compatible avec les délais imposés. Après validation par le Comité National, le cahier des charges sera homologué par Décret publié au Journal Officiel de la République Française.

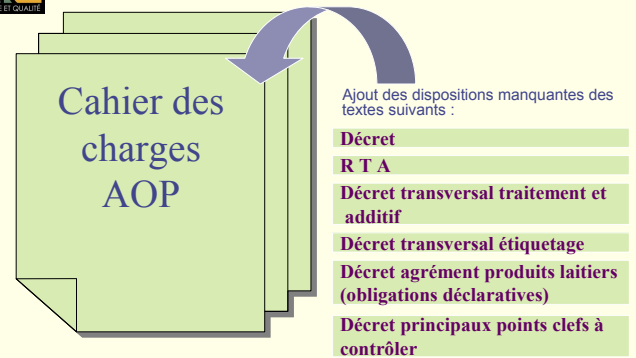
Quels sont les délais ?

L'échéance de mise en conformité des cahiers des charges est le 31 décembre 2010 ce qui suppose une décision du Comité National au plus tard fin juin 2010.

Il faut en effet prévoir un temps supplémentaire pour l'établissement et la validation du plan de contrôle adapté au regard des éventuelles modifications ainsi que le délai d'homologation par les Ministères.



Méthode pour consolidation



Un comité de liaison entre les filières sous signes de qualité : Le CLIQ

Qu'est ce que le CLIQ ?

Le CLIQ est un comité informel qui rassemble la **CNAOC** (Confédération Nationale des vins et eaux de vie de vin AOC), la **FLR** (Fédération des Labels Rouges et IGP) et le **CNAOL**. Le CLIQ répond aux besoins d'échanges entre ces différents Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO). Au départ, les échanges concernaient essentiellement les administratifs de ces trois structures mais la rencontre entre les professionnels de ces filières est apparue nécessaire... C'est chose faite depuis le 7 janvier dernier.

Quels intérêts présente cette structure ?

Ce comité doit permettre l'échange d'informations, d'expériences. Il favorise aussi la **concertation** afin que les positions de chaque secteur ne nuisent pas aux autres. Enfin, le CLIQ se veut l'organe représentatif des SIQO auprès des administrations et de l'INAO.



MM. Pellicier, Renaud et Aguilas, respectivement Président du CNAOL, de la FLR et de la CNAOC

Quels sont les sujets abordés ?

Les thèmes sont divers. Le CLIQ est un lieu de discussion où sont abordés un grand nombre de thèmes : les **statuts des ODG**, le **Livre Vert de la Commission Européenne** sur les produits de qualité, la mise en place des **plans de contrôle**, les commissions de dégustation ...

CNAOC



La **CNAOC** regroupe 15 fédérations régionales vitivinicoles ainsi que 3 fédérations nationales.

Elle a pour mission de défendre les intérêts des viticulteurs AOC. Elle organise aussi la circulation des informations entre les différentes fédérations.

La filière vinicole pèse 9,5 milliards d'euros. Au sein de cette filière, les vins AOC représentent 43% des volumes et 83% en valeur.



Fédération Label Rouge

La **FLR** regroupe les 4 fédérations nationales spécialisées Label Rouge ainsi que de nombreuses ODG de secteurs non fédérés.

Son rôle est de tenir informés les ODG, coordonner les différents secteurs LR/IGP, définir et défendre des positions communes.

En France, environ 500 produits sont sous Label Rouge pour un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros à la production.

Le Livre Vert de la Commission Européenne sur les produits alimentaires de qualité

La Commission Européenne a mené une **consultation sur la qualité des produits agricoles** ouverte le 15 octobre 2008 et achevée le 31 décembre.

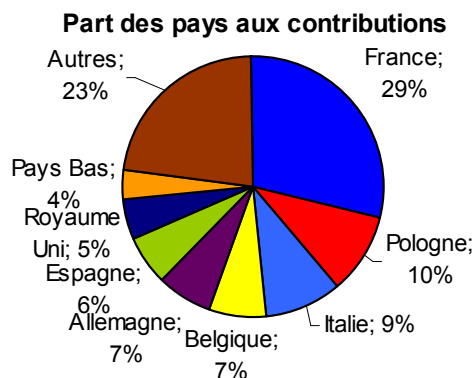
560 contributions ont été apportées à ce Livre Vert. Elles proviennent de **26 États membres et de 5 pays tiers**. Près de la moitié des contributions viennent de la France, de la Pologne et de l'Italie. Les **organisations professionnelles agricoles ainsi que les agriculteurs et les transformateurs ont largement répondu** (respectivement 27%, 14% et 11% des contributions). Il est intéressant de remarquer la part des contributions émanant des autorités nationales et locales (10%) **mais aussi des consommateurs** (18%).

Les 12 et 13 mars dernier, **le rapport de synthèse des contributions** a été présenté à Prague.

Concernant les indications géographiques (IG), la Commission retient **le rôle essentiel des AOP et IGP** comme instrument des politiques agricoles sur les produits de qualité.

Le rapprochement des AOP et des IGP, tout comme la limitation du nombre de produits sous IG protégés au niveau européen et mondial ont fait l'objet d'un rejet par les répondants.

Une **gestion européenne du système d'IG** fait consensus, mais il est nécessaire de simplifier les procédures d'enregistrement. Enfin, il a été demandé à la Commission d'envisager des systèmes de **gestion de la**



production ainsi qu'une **implication plus forte dans la protection et la promotion des IG à l'OMC** et dans les accords bilatéraux.

Une communication de la Commission est attendue en mai et des orientations législatives devraient être prises en 2010.

(pour en savoir plus : http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/index_fr.htm)

Dernière minute : Vous trouverez la communication de la Commission Européenne à l'adresse suivante : http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/communication_en.htm

Statistiques AOC : Une enquête commune avec l'INAO

Dès cette année, le CNAOL et l'INAO réalisent de manière conjointe leur enquête statistique annuelle sur les données de production ; ceci afin d'éviter la double sollicitation des ODG et de traiter de manière conjointe les données.

Les données seront collectées auprès des ODG ce printemps, et après traitement et analyse, elles seront présentées à la prochaine Assemblée Générale du CNAOL le 11 septembre.



Actuellement, ce sont essentiellement des données de production dont le CNAOL dispose pour caractériser les filières laitières AOC. **Le Conseil d'Administration du CNAOL a noté que « nous**

manquons de données économiques ». Aussi, une réflexion est conduite au sein du CNAOL et avec l'INAO et d'autres partenaires, pour recueillir des données socio-économiques (emplois directs et indirects, chiffres d'affaires, évolution de la population agricole, exportation...) essentielles pour caractériser les filières laitières d'AOC, mesurer l'impact de l'AOC, le dynamisme des filières.... Nous envisageons, dans le cadre du Réseau Fromages de Terroir, de conduire une étude dans le cadre d'un stage.

D'autre part, le CNIEL et le CNAOL mettront à la disposition des filières AOC des données sur le marché des produits laitiers AOC issues des « panels distributeurs ». Les informations recueillies concernent les supermarchés, les hyper marchés et le hard discount.