

**Les signes officiels de qualité
dans les dynamiques de développement territorial
Étude géographique
à partir de l'exemple des AOC fromagères françaises¹**

Julien FRAYSSIGNES

Doctorant en Géographie
UMR Dynamiques Rurales
École Nationale Supérieure Agronomique de Toulouse (ENSAT)
Avenue de l'Agrobiopôle, BP 107
31 326 Castanet-Tolosan cedex
tél. : 05-62-19-39-62 ; fax : 05-62-19-39-01
mail : frayssig@ensat.fr

Introduction

En France, les produits laitiers représentent la deuxième famille de produits bénéficiant d'une Appellation d'Origine Contrôlée derrière les omniprésents vins et spiritueux. En 2003, ces derniers représentaient environ 15 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur les 18 milliards correspondant à l'ensemble des produits AOC (soit 450 produits sur 515). Avec 43 appellations, les fromages représentent quant à eux un chiffre d'affaires d'environ 2 milliards d'euros².

Le principe d'une appellation est fondé sur la reconnaissance par voie juridique du lien entre les caractéristiques d'un produit (sensorielles, organoleptiques) et celles de son aire de production, également désignée sous le nom de *terroir* (conditions naturelles, savoir-faire). Ce principe renvoie à deux idées fortes : l'exclusivité et la non-reproductibilité. La dénomination d'un produit AOC renvoie le plus souvent à une origine géographique, ce qui implique la mise en place d'une zone délimitée hors de laquelle la fabrication de ce produit est rendue impossible par voie juridique.

Au vu de cette spécificité territoriale, les filières fabriquant commercialisant des produits bénéficiant d'une appellation d'origine apparaissent comme des objets géographiques particulièrement intéressants à analyser. L'activité générée par de telles filières est par essence spatialement fixée, et de ce fait potentiellement importante dans une perspective de développement. De plus, les acteurs et groupes d'acteurs constituant ces filières peuvent relever d'horizons stratégiques allant bien au-delà de l'échelle locale ou régionale. L'éventuelle présence de groupes industriels laitiers au sein d'une AOC positionne ces filières à l'interface entre des préoccupations locales et des dynamiques globales.

Les enjeux économiques et commerciaux auxquels sont confrontées les AOC (Organisation Mondiale du Commerce, Politique Agricole Commune) rendent d'autant plus nécessaire un questionnement intégrant cette dimension territoriale. En outre, l'agriculture dans son ensemble fait depuis quelques années l'objet de très fortes attentes sociétales (durabilité,

¹ Cette communication s'inscrit dans le cadre d'une thèse de doctorat en Géographie consacrée à l'ancrage territorial des AOC fromagères françaises, financée par le Conseil National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL) dans le cadre d'une Convention Industrielle de Formation par la Recherche (CIFRE). Les terrains d'étude concernent la Basse-Normandie, le Centre, la Savoie et le Sud-Aveyron.

² Source : Institut National des Appellations d'Origine (2004). A noter qu'au sein de l'INAO, il existe quatre comités distincts : vins et eaux de vie ; produits laitiers ; produits agroalimentaires et produits IGP.

multifonctionnalité). Dans ce contexte où les agriculteurs s'interrogent sur leur statut et leur rôle dans l'espace rural, les producteurs de lait des filières AOC n'échappent pas – malgré leurs spécificités – à ce mouvement d'ensemble et doivent impérativement se positionner vis-à-vis de ces questions.

Nous nous proposons d'aborder ici ces enjeux par l'angle du développement rural induit par la présence de ces filières. En effet, la contribution des AOC au développement des territoires où elles sont inscrites apparaît comme une fonction non commerciale susceptible d'affirmer leur légitimité, aussi bien au niveau des dispositifs institutionnels internationaux que vis-à-vis des attentes des consommateurs et des citoyens français et européens.

La perspective n'est donc pas qu'économique et commerciale, elle est également territoriale, et laisse donc toute sa place à la Géographie. Cette communication entend contribuer aux avancées de la discipline sur la question du développement territorial, mais avec comme porte d'entrée les acteurs privés, et non pas les politiques publiques. Ainsi, comment ces AOC s'inscrivent-elles dans les dynamiques locales de développement ? Quelles synergies émergent entre les acteurs des filières et les autres acteurs privés, notamment les professionnels du tourisme ? Quelle place occupent les collectivités locales ? Enfin, quelles sont les échelles pertinentes d'observation de ces processus ?

Ainsi, après avoir dans un premier temps situé les AOC fromagères vis-à-vis de la filière laitière dans son ensemble, nous préciserons dans un second temps les enjeux économiques et commerciaux qui justifient notre réflexion en termes de développement territorial, avant de donner un certain nombre de résultats de terrain permettant de répondre partiellement à cette question.

I. Les AOC fromagères entre diversité et spécificité – éléments d'analyse économiques et géographiques.

L'objectif de cette partie n'est pas uniquement descriptif. Il s'agit certes de donner quelques informations permettant de caractériser ces AOC fromagères, mais aussi et surtout de les situer vis-à-vis de leur environnement laitier et fromager national. Nous verrons ainsi qu'en dépit de particularités indéniables, les fromages d'appellation demeurent le plus souvent "des produits comme les autres" et ne sont pas déconnectés des préoccupations du reste de la profession. Il s'agira également de mettre en évidence l'importance de la dimension territoriale dans l'analyse de la diversité de ces filières.

1. La filière AOC dans la filière fromagère française – quelques données économiques.

Les 43 AOC fromagères³ françaises se décomposent de cette manière : 40 fromages (28 au lait de vache, 10 au lait de chèvre et 2 au lait de brebis), 2 beurres et 1 crème. En 2003, la production globale de fromage AOC s'élevait à 190 525 tonnes, pour environ 23 000 producteurs de lait, 2 000 transformateurs (privés et coopératifs) et 1 500 producteurs fermiers. Ce tonnage représente approximativement 18 % du volume total des fromages affinés en

³ Chiffre arrêté au mois de mars 2005, le Banon étant le dernier arrivé avec une appellation obtenue en juillet 2004.

France. Le lait cru concerne 70 % de la production AOC, et on estime à 8 % la part du tonnage fermier⁴.

Les fromages d'appellation connaissent une croissance relativement soutenue depuis une dizaine d'années, avec une augmentation de l'ordre de 25 % entre 1991 et 2003 (de 152 000 à 190 000 tonnes). Ils ont profité de la forte hausse de la consommation des fromages en France (+ 23 % sur la même période), grâce au développement continu et régulier du marché intérieur des produits laitiers, qui bénéficient d'une image très positive en termes de santé (calcium, protéines...) et de qualité⁵.

Cette évolution donne au fromage une place essentielle dans les habitudes alimentaires des Français, qui se situent d'ailleurs à la première place européenne avec les Grecs. Notons malgré tout la stagnation – voire la régression – en cours depuis 2002, qui concerne aussi bien les AOC que le reste de la production. La consommation en nette baisse conjuguée à une importante hausse des prix sont fréquemment évoquées pour expliquer ce phénomène qui semble toutefois davantage relever d'une tendance plus structurelle que les crises antérieures, comme celle liée aux alertes au début des années 2000. Avec la baisse du prix du lait payé au producteur, ce contexte défavorable constitue quoi qu'il en soit la principale préoccupation des professionnels à l'heure actuelle.

Durant les 20 dernières années, les fromages – comme l'ensemble des produits alimentaires – ont été marqués par une révolution commerciale sans précédent : l'avènement et le renforcement de la grande distribution. Structurées aujourd'hui autour de quelques très grands intervenants, les GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) constituent aujourd'hui des opérateurs incontournables, voire uniques dans certains cas. Une enquête menée en 2001 par le CIDIL⁶ montre que plus de 95 % des achats de fromage se réalisent aujourd'hui en grande surface, le reste étant assuré par les circuits traditionnels (crémeries, épicerie fines...). Ce rapport de force est relativement constant depuis quelques années. Il faut cependant noter la progression continue du Hard Discount au sein de la GMS, qui dépasse en 2001 les 12 % de parts de marché.

De ce point de vue, les AOC ont encore suivi l'évolution générale du marché des fromages. Elles marquent malgré tout leur différence à travers une présence encore significative dans les circuits traditionnels (14 % des volumes en crémeries et épicerie fines) et en vente directe. La part de la GMS avoisine donc les 86 % de part de marché, avec un poids encore limité pour le Hard Discount étant donnée l'absence de rayon coupe dans ces enseignes. A ce propos, si la prédominance de la GMS a permis une importante diffusion de nombreux fromages AOC hors de leur région d'origine, le phénomène de transfert des ventes de la coupe (rayon de prédilection des fromages traditionnels) vers le libre-service constitue un facteur limitant, qui s'explique essentiellement par une désaffection des consommateurs pour ce type d'achat (attente jugée trop longue). La présence des AOC en libre-service devient donc une préoccupation majeure pour de plus en plus de professionnels.

Ces quelques éclairages ont pour but de montrer que l'évolution des AOC reste en grande partie liée à la production laitière et fromagère dans son ensemble. Ceci est particulièrement vrai en ce qui concerne la commercialisation, où les fromages d'appellation sont confrontés à une concurrence de plus en plus rude de la part de produits qualifiés par des marques commerciales faisant fréquemment référence à une tradition, voire à une origine. Des

⁴ Source : INAO, 2003.

⁵ Source : Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière, 2003.

⁶ Centre Interprofessionnel de Documentation et d'Information Laitières.

innovations peuvent même voir le jour avec comme seule ambition de venir concurrencer un produit AOC spécifique⁷.

Toutefois, ces informations de nature économique ne suffisent pas à montrer l'extrême diversité des différents produits bénéficiant d'une appellation. Cette diversité ne peut s'appréhender qu'à travers une analyse intégrant les contextes (économiques, sociaux...) spécifiques à chaque filière, autrement dit en intégrant une dimension territoriale.

2. Les facteurs territoriaux de la diversité des filières AOC.

Au-delà de ces chiffres, existent des situations très disparates. La famille des AOC fromagères regroupe en effet d'importants systèmes productifs (comme le Comté : 44 700 tonnes en 2004), qui cohabitent avec de toutes petites filières (Chevrotin : 76 tonnes ; Bleu du Vercors Sassenage : 158 tonnes). A noter que les 6 plus importantes AOC en tonnage (Comté, Roquefort, Cantal, Reblochon, Saint-Nectaire, Camembert) représentent plus des deux tiers des volumes AOC. Cette diversité se retrouve également au niveau du statut des intervenants. Dans une filière AOC donnée, peuvent coexister des producteurs de lait et des producteurs fermiers de taille diverse, des artisans fromagers, des affineurs, des coopératives et des grands groupes industriels internationaux.

Une lecture intéressante de cette diversité nous est donnée par les économistes P. Perrier-Cornet et B. Sylvander, qui proposent une grille d'analyse des AOC fromagères fondée sur trois indicateurs : les stratégies individuelles des acteurs, les formes de coordination, et la dimension territoriale des filières⁸ (formalisée par des gouvernances spécifiques : sectorielle, AOC et territoriale). La preuve est donnée, s'il en était besoin, de la pertinence de la dimension territoriale dans l'analyse des systèmes AOC.

Une réflexion antérieure⁹ nous avait amené à prendre également en compte la dimension historique. D'une part, il est important de considérer les conditions d'émergence institutionnelle (contexte de la PAC, de l'OMC) et économique (concurrence) de la filière, qui vont dépendre de la période d'obtention de l'AOC. D'autre part, si l'environnement extérieur joue un rôle considérable, les dynamiques endogènes inhérentes à un contexte territorial donné sont toutes aussi importantes : quels sont les acteurs à l'origine de la démarche ? Quels sont leurs objectifs ? Comment sont élaborées les règles (cahier des charges notamment) qui président au fonctionnement de la filière ? Comment évoluent ces facteurs sur une longue période ?

Enfin, nos propres travaux de terrain nous ont amené à identifier une autre série de critères – non exhaustifs – concernant les dynamiques à l'œuvre au sein des territoires concernés. Ces critères concernent aussi bien des aspects agricoles au sens strict que des aspects territoriaux plus larges.

- Le premier écheveau à démêler concerne l'importance relative de l'activité liée à l'AOC dans son aire de production. Ainsi, il est important de montrer le poids économique de l'appellation vis-à-vis de la production laitière régionale, de l'activité agricole, et enfin

⁷ C'est par exemple le cas du Saint-Agur, fromage au lait de vache pasteurisé concurrent direct du Roquefort (lait cru de brebis).

⁸ Perrier-Cornet P., Sylvander B., (2000), "Firmes, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine", *Economie Rurale*, n° 258, pp. 79-89.

⁹ Couzinet L., Frayssignes J., (2002), "*Stratégie de marché et développement rural dans les filières de qualité – L'exemple d'Avigers et de Roquefort*", Bulletin de la Société Archéologique, Historique, Littéraire et Scientifique du Gers, CII^{ème} année, 3^{ème} trimestre 2002, pp. 365-381.

de l'activité économique dans son ensemble. Le choix de l'échelle d'analyse est alors déterminant.

- Développée par le géographe J.-P. Diry, la notion de *bassin de production* fait référence à la projection spatiale de la filière lui correspondant¹⁰. Même si cette notion est avant tout destinée aux filières industrielles "génériques" (forte intégration des producteurs de base), la transposition aux systèmes AOC reste possible. L. Rieutort estime à ce sujet que les aires d'appellation semblent régies par les mêmes principes que ces bassins "génériques", et qu'elles obéissent en grande partie aux logiques de concentration et de redistribution spatiales initiées par les entreprises agro-industrielles impliquées dans ces filières¹¹. Dans l'analyse d'une filière, cette entrée est donc fondamentale, et renvoie à de nombreux indicateurs (part du lait transformé en AOC, modalités de fixation du prix, pratiques des éleveurs, technicité...). Ces bassins résultent notamment des stratégies initiées par les entreprises de collecte, et se caractérisent par des trajectoires très différentes d'une région laitière à l'autre.
- Les négociations relatives à la construction / révision des cahiers des charges sont une spécificité des filières AOC par rapport aux filières "classiques". En effet, la reprise en main des AOC fromagères par l'INAO en 1990 s'est accompagnée d'un vaste mouvement de "dépeussierage" des conditions de production dans de nombreuses AOC. Ces conditions étant au fondement même du concept d'appellation d'origine. Ces négociations sont fortement liées aux caractéristiques technico-économiques des bassins de production évoqués plus haut¹².
- L'échelle correspondant à l'aire AOC est importante à prendre en compte, mais il nous semble important d'élargir la perspective en considérant les dynamiques éventuelles de coopération pouvant se produire au niveau d'une région plus vaste. Nous proposons le terme de "pôle AOC" pour désigner ces stratégies de regroupement de moyens face à des préoccupations communes. Les indicateurs permettant d'identifier ces pôles renvoient à la proximité géographique des acteurs, aux structures productives entremêlées (présence d'un intervenant dans plusieurs filières AOC), à la mise en commun de fonctions productives (réglementation, promotion, recherche...) et à la fréquence effective des relations entre filière (émergence d'un horizon stratégique supplémentaire auquel se réfèrent les acteurs).
- Enfin, l'analyse territoriale doit nécessairement prendre en considération les enjeux de développement rural inhérents aux territoires d'étude. A titre d'exemple, les dynamiques démographiques peuvent fortement influencer sur l'activité agricole. Les faibles densités comme la forte pression urbaine conditionnent nécessairement les conditions d'installation des agriculteurs, et donc le devenir même de l'AOC.

La prise en compte du caractère territorialement ancré des filières s'avère donc fondamentale pour mieux cerner les dynamiques qui sous-tendent leur fonctionnement. Le principe d'appellation d'origine n'échappe pas au monde marchand, mais doit dans le même temps remplir d'autres missions. Outre la satisfaction des consommateurs, les AOC ont

¹⁰ Diry J.-P., (1997), *Filières agro-alimentaires et bassins de production dans les pays développés*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°4, pp. 434-443.

¹¹ Rieutort L., (2004), *Filières d'Appellation d'Origine Contrôlée et territoires agro-industriels en France*, in *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Artois Presses Université, collection Géographie, dirigé par C. Margetic, pp. 187-203.

¹² Voir à ce sujet Ricard D., (1999), *Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 31-40.

également vocation à "fixer sur le territoire la production agricole et alimentaire et assurer le maintien de l'activité économique notamment en zones rurales défavorisées par une valorisation des savoir-faire et des bassins de production"¹³. Le positionnement particulier des filières AOC rend donc difficile le compromis entre rentabilité économique, performance commerciale et maintien des unités de production, voire dans certains cas du tissu rural dans son ensemble. C'est quoi qu'il en soit au vu des enjeux qui viennent d'être évoqués que se pose la question de la contribution des AOC fromagères au développement territorial.

II. La nécessité d'un questionnement centré sur le développement territorial

Selon S. Scheffer, le principe d'une appellation défendu par l'INAO réside sur une trilogie entre le terroir, les usages locaux et la typicité. L'identification du lien entre le fromage et son terroir privilégie davantage les facteurs humains (technologie, savoir-faire), ce qui est une spécificité par rapport aux vins, davantage axés sur les conditions agronomiques (sols, exposition...)¹⁴.

Malgré tout, il semble que ce seul lien au terroir ne soit pas (ou plus) suffisant pour définir le concept d'AOC. Le passage à une dimension territoriale – plus large que le terroir – apparaît nécessaire. Les enjeux internationaux auxquels sont confrontées les appellations – et l'ensemble des filières sous signe de qualité – nécessitent d'autant plus cet élargissement, également justifié par l'émergence de la multifonctionnalité de l'agriculture.

1. Les défis liés à la PAC et à l'OMC

A l'échelle européenne, la réforme de la PAC, amorcée en 2002, se manifeste par l'avènement de deux grands principes : le découplage des aides (les versements ne sont plus liés aux quantités produites) et l'écoconditionnalité (les aides sont liées au respect de normes environnementales et paysagères et à la qualité des produits). Cette rupture est directement perceptible au niveau de la filière laitière : si les quotas sont maintenus jusqu'en 2014, les prix d'intervention sur le beurre et la poudre connaissent des baisses importantes. Selon les premières projections¹⁵, les conséquences de la baisse du prix du lait pourraient être une accélération de la restructuration de la production, amorcée dans les années 80. On comprend donc comment les AOC, en dépit de leur statut spécifique, sont directement concernées par ces évolutions lourdes et leurs manifestations spatiales à l'échelle locale.

En France, il existe un large consensus contre ce principe de découplage, surtout à cause de sa contradiction affichée avec la volonté de maintien de la production dans des zones dites difficiles. L'astreinte qui caractérise l'élevage est en effet une donnée susceptible d'amener les producteurs à modifier – voire cesser – leur activité. La remise en cause éventuelle des quotas laitiers pourrait aggraver les mutations à venir. En dépit de ses limites, le système des quotas a contribué au maintien d'un grand nombre de producteurs, notamment dans les régions de montagne.

¹³ Extrait de l'article L640-1 du Code Rural, livre VI, partie IV : valorisation des produits agricoles ou alimentaires.

¹⁴ Scheffer S., (2002), *Qu'est-ce qu'un produit alimentaire lié à une origine géographique ?*, Thèse de Géographie, Université Paris I, Panthéon Sorbonne, UFR de Géographie. 593 p.

¹⁵ Institut de l'Elevage, (2003), *Réforme de la PAC. Le compromis de Luxembourg du 26 juin 2003 - enjeux et premières analyses*, Institut de l'Elevage, Dossier Economie de l'Elevage, n° 329, 66 p.

Les syndicats AOC sont directement concernés par ces évolutions. La PAC n'a d'ailleurs jamais reconnu la spécificité de fonctionnement des appellations, ni dans l'Organisation Commune de Marché "lait et produits laitiers", ni dans ses différentes réformes, malgré la mise en place des AOP et IGP en 1992. Dans ce contexte, la possibilité de pouvoir réguler l'offre demeure un objectif essentiel pour les filières d'appellation, afin de pouvoir être en adéquation avec les réalités du marché si les quotas venaient à disparaître. Aujourd'hui, à l'exception de quelques cas exceptionnels comme le Roquefort ou le Comté, cette possibilité ne leur est pas donnée, pour des raisons de concurrence. La Loi d'Orientation Agricole de 1999 offre malgré tout une perspective intéressante à travers le renforcement du fait interprofessionnel. Le texte octroie en effet aux organisations reconnues comme interprofession des prérogatives étendues en matière de gestion des volumes, de mise en marché, de promotion et de gestion de la qualité. Cette éventualité permettrait aux produits AOC d'éviter les dérèglements éventuels dus à la suppression des quotas laitiers.

La réforme de la PAC découle directement des négociations menées au sein de l'OMC au sujet de l'agriculture. Les produits bénéficiant d'une protection géographique font depuis longtemps l'objet de vifs désaccords à l'échelle mondiale. Les négociations ayant trait aux droits de propriété intellectuelle ont donné lieu en 1994 à l'accord ADPIC¹⁶ et introduit une protection pour les produits alimentaires porteurs d'une indication géographique. Toutefois, si les vins et spiritueux sont historiquement bien protégés, les négociations achoppent au sujet de l'extension de cette protection aux autres produits, au premier rang desquels figurent les fromages.

L'achoppement est bien entendu de nature commerciale, mais selon nous également culturelle. Pour de nombreux pays européens, la protection des Indications Géographiques (IG) et des savoir-faire locaux contre les imitations est tout à fait légitime et s'inscrit entre autres dans une démarche patrimoniale. A l'inverse, les Etats-Unis, auxquels on peut rajouter le groupe de Cairns (Argentine, Brésil, Canada, Nouvelle-Zélande notamment) estiment que ce système protectionniste n'est qu'une entrave à la libre concurrence, et que seul le droit des marques commerciales peut réguler les échanges. Regroupées au sein de l'association Origin¹⁷, les filières fondées sur une IG tentent aujourd'hui de faire reconnaître leur spécificité vis-à-vis du droit commercial international.

Face à ces enjeux, les produits liés à une origine donc en quête de reconnaissance et de légitimité. Ces objectifs sont certes accessibles grâce à un important travail sur une meilleure définition de ces produits, mais aussi et surtout grâce à la construction d'un argumentaire sur leurs apports dans tous les domaines : qualité, sécurité alimentaire (enjeu du lait cru, protection de l'environnement, de la biodiversité, et bien entendu développement rural).

1. Enjeux locaux de développement et multifonctionnalité de l'agriculture

Parallèlement à ce contexte global en perpétuelle évolution, les mutations à l'œuvre dans les espaces ruraux (en France comme dans les autres pays industrialisés) reposent la question de la place de l'agriculture comme activité économique. Si l'exigence d'efficacité, de rentabilité et d'ouverture au marché est toujours présente, elle doit désormais être mise en compatibilité avec de nouvelles préoccupations liées à la protection de l'environnement, à l'entretien des paysages, à la qualité des produits et à l'occupation et l'aménagement du territoire.

Ces importantes évolutions ont fortement modifié le statut des produits de qualité. De garantie d'origine et/ou de savoir-faire (voire de caution gastronomique), ces produits ont

¹⁶ Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce.

¹⁷ Organisation for an International Geographical Indications Network.

progressivement été appréhendés comme des outils de développement rural à part entière. L'activité générée ainsi que l'image positive véhiculée auprès des consommateurs et des touristes font de ces filières des instruments susceptibles de contribuer au maintien des populations, notamment dans des zones rurales fragiles. Pensé comme un élément de différenciation territoriale, le concept d'AOC est dès lors revendiqué par un très grand nombre d'acteurs selon des modalités et des objectifs différents :

- les élus locaux, soucieux du développement de leur territoire, notamment lorsqu'il s'agit d'espaces ruraux fragiles d'un point de vue économique ou démographique
- les agents et organismes de développement (EPCI, parcs naturels régionaux...), pour qui le syndicat AOC peut être un interlocuteur central dans les démarches de valorisation locale
- les organisations professionnelles agricoles, préoccupées par le renouvellement des agriculteurs et l'installation de jeunes. L'AOC est alors à même de participer à l'attractivité d'un bassin de production (prix du lait potentiellement plus élevé)
- les professionnels du tourisme, à la recherche d'éléments de différenciation territoriale, sont souvent impliqués dans la promotion locale des AOC (manifestations, visites de fermes, d'entreprises...). Les produits viennent alors élargir l'offre touristique locale
- la population locale pouvant jouer le rôle "d'ambassadeur" des produits auprès des touristes. L'AOC peut devenir un vecteur identitaire participant à la cohésion d'une société locale

Les produits d'appellation se retrouvent donc au centre de très fortes attentes sociales et économiques. J. Nefussi évoque à ce sujet le nouveau statut des filières, contraintes désormais d'ajouter de la valeur ajoutée à leurs produits par le biais de services répondant aux attentes de leurs clients (qualité, délais de livraisons¹⁸). L'émergence de la multifonctionnalité correspondrait donc à un phénomène de "tertiarisation" de l'agriculture, s'ajoutant au processus d'industrialisation. Il nous semble que le développement territorial pourrait être reconnu comme un service à part entière rendu par l'agriculture, au même titre que la protection de l'environnement ou l'information des consommateurs. Il est donc important pour les produits AOC de se positionner dans cette perspective.

Ainsi, face à ces attentes fortes, de nombreux programmes de recherche visant à répondre à ces questions se mettent en place, avec comme préoccupation importante l'évaluation des dynamiques de développement induites par la présence d'un signe de qualité sur un territoire¹⁹. Notre propre recherche s'inscrit également dans cette perspective.

¹⁸ Nefussi J., (2000), *Filières agro-alimentaires : filières de produits ou de services ?*, Paris, Demeter, A. Colin, pp. 9-70.

¹⁹ Voir par exemple le programme européen *DOLPHINS (Development of Origin Labelled Products, Humanity, Innovation and Sustainability)*, consacré aux produits de qualité et comportant un volet "développement rural". Voir également le Programme de Recherches pour et sur le Développement Régional : *Signes Officiels de Qualité : Comment évaluer leurs retombées socio-économiques territoriales ? Une étude prospective dans la région Midi-Pyrénées* (Laboratoire Dynamiques rurales).

2. La question théorique de l'évaluation du développement territorial

Le caractère transversal et pluridisciplinaire du développement territorial impose un minimum de réflexion à propos des outils à mettre en place pour son évaluation. Isoler "l'effet AOC" sur un territoire n'est pas chose aisée, tant les dynamiques sont complexes et les contextes variables. Le calcul du poids économique (emploi, valeur ajoutée...) doit en effet prendre en compte de nombreux phénomènes induits. Nous avons quant à nous fait le choix de poser le problème en des termes plus dynamiques : comment les AOC fromagères s'inscrivent-elles dans les logiques de développement des territoires où elles sont inscrites ?

Les questions liées au développement territorial trouvent leurs origines dans le développement local, qui renvoie à la montée en puissance des collectivités territoriales dans un contexte de décentralisation. Défini par la géographe L. Barthe comme un "*processus de transformation économique, sociale et politique qui conduit une société à repenser son modèle de gestion et son cadre de vie*", le développement local résulte de la conjonction entre une capacité locale d'organisation et des opportunités institutionnelles (par exemple les financements de l'Union Européenne)²⁰.

Comme son nom l'indique, le développement territorial se caractérise selon nous par un ancrage spécifique à un territoire. Si l'analyse des politiques publiques est importante, la spécificité de notre objet d'étude (la filière AOC) implique une attention particulière portée aux acteurs privés et à leur coordination. Il s'agit donc d'insister sur le caractère a-sectoriel des processus à l'œuvre, autrement dit sur le décloisonnement des différentes organisations intervenant sur un même territoire (liens entre agriculture et tourisme, liens entre acteurs publics et acteurs privés...). Dans cette perspective, le développement territorial peut s'appréhender à travers deux dimensions fortes : la coordination des acteurs et la valorisation des ressources territoriales.

Le développement territorial peut en effet s'appréhender dans une perspective relationnelle, il est alors défini comme la capacité des acteurs à s'organiser, se coordonner autour de projets. Le processus se situe donc à l'interface entre deux types d'entrée :

- une entrée par les acteurs privés, où le développement consiste comme nous l'avons dit à la coordination horizontale, au décloisonnement des secteurs d'activités
- une entrée par les politiques publiques, dans un contexte de décentralisation et d'émergence de nouveaux territoires d'intervention (politique des Pays)

L'analyse du "dialogue" entre ces deux logiques doit permettre la mise en évidence de formes de *gouvernance* originales, au sein desquelles les acteurs privés et les collectivités territoriales mettent en compatibilité leurs moyens d'intervention pour aboutir à des compromis porteurs de projets de développement. Les économistes identifient plusieurs types de gouvernance en fonction de la nature de ce compromis : privée, institutionnelle ou mixte²¹. Ce dialogue doit permettre un apprentissage mutuel des préoccupations et des contraintes de chacun.

²⁰ Barthe L. (1998), *Processus de différenciation des espaces ruraux et politiques de développement local*, Thèse en Etudes rurales, mention Géographie, UTM - ENSAT - ENFA, 435 p.

²¹ Leloup F., Moyart L., Pecqueur B., (2004), *La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ?*, Communication aux 4èmes journées de la Proximité : "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 15 p.

La notion de ressource est fondamentale dans l'approche que nous développons. Comme F. Blot et J. Milian, nous privilégions une approche constructiviste de ce terme²² : les ressources ne sont pas données a priori, n'existent pas en soi, mais uniquement à partir du moment où elles sont reconnues comme telles par un acteur ou un groupe d'acteurs et deviennent exploitables. Nous nous intéressons cependant moins à la dimension naturelle de ces ressources qu'à leur dimension sociale et immatérielle.

Très clairement, les ressources du développement territorial auxquelles nous faisons allusion émergent des coordinations entre acteurs qui viennent d'être évoquées. Nous identifions deux modes de construction de ressources, partiellement liés entre eux mais que nous distinguons ici :

- des ressources que les économistes qualifieraient de "marchandes", mais que nous préférons désigner comme étant directement liées à l'activité productive. Sur un territoire donné, la présence d'une ou plusieurs filières fromagères AOC implique nécessairement des besoins en termes de compétences (techniques, formation, recherche...). Ce sont ces compétences qui deviennent des ressources génériques ou spécifiques porteuses de développement. Nous nous appuyons ici sur les travaux des économistes relatifs aux trajectoires de développement dans les systèmes productifs locaux. Le caractère non reproductible d'une AOC nous amène à nous interroger sur la manière dont une filière d'appellation peut contribuer à une trajectoire de "spécification de ressources" pour un territoire donné (émergence d'un pôle de compétences liées à l'élevage et/ou la transformation fromagère)²³.
- des ressources issues d'une coordination a-sectorielle (autrement dit territoriale), aptes à qualifier un territoire. La mise en valeur – notamment touristique – des produits de terroir vient concrétiser les coordinations mises en place par les acteurs. Ces stratégies renvoient à la question de la valorisation des aménités de l'espace rural et à leur incorporation dans les produits alimentaires²⁴. Néanmoins, il est possible d'envisager ces processus non pas sous l'angle des acteurs, mais sous celui du développement territorial. Le modèle du "panier de biens" est proposé par A. Mollard et B. Pecqueur pour rendre compte des synergies entre produits et service sur un même espace, produits et services qui se renforcent les uns les autres et participent à l'émergence d'images territoriales cohérentes et attractives²⁵.

Dans ce second mode de construction, il est important d'insister sur les intérêts potentiellement convergents pour les acteurs de l'approche en termes de développement territorial. Pour les filières, les synergies avec d'autres types d'acteurs constituent une réponse aux attentes actuelles des consommateurs, mais aussi des touristes. La mise en scène des AOC peut permettre aux producteurs de retrouver un lien avec le produit, et par-là même un certain statut social, une utilité quelque peu ébranlée face à un découplage des aides générateur

²² Blot F., Milian J., (2004), *Ressources, un concept pour l'étude de relations éco-socio-systémiques*, Communication au colloque des 10 ans du CERMOSSEM : "La notion de ressource territoriale", 14-15 octobre 2004, Le Pradel.

²³ Voir à ce sujet Colletis G., Gilly J.-P., (1999), *Construction territoriale et dynamiques économiques*, Sciences de la Société, n°48, pp. 25-47.

²⁴ Une aménité peut être définie comme un élément attractif d'un territoire (paysage, savoir-faire...). Voir notamment Couzinet L., Frayssignes J., Pouzenc M., Simonneaux J., (2002), *La valorisation des aménités rurales comme stratégies d'acteurs : les exemples du Lot et de la filière fromagère AOC Rocamadour*, Economies et Sociétés, série "Systèmes agroalimentaires", AG n°25, pp. 1465-1485.

²⁵ Mollard A., (2001), *Qualité et développement territorial - un outil d'analyse théorique à partir de la rente*, Economie Rurale, n°260, pp. 16-34 ; Pecqueur B., (2001), *Qualité et développement territorial, l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés*, Economie Rurale, n° 261, pp. 37-49.

"d'assistés". Les transformateurs peuvent quant à eux trouver dans une vente locale accrue des modes de commercialisation alternatifs, et donc une réponse – certes très partielle – à la domination de la GMS.

Du point de vue des acteurs touristiques, les produits AOC permettent un élargissement de l'offre et un positionnement du territoire sur un créneau haut de gamme. La gastronomie demeure aujourd'hui encore une "valeur sûre", une porte d'entrée dans la découverte d'un territoire. Les filières AOC structurées en syndicat sont en outre des interlocuteurs plus faciles à mobiliser que des acteurs isolés. Les observations réalisées sur les différents terrains d'étude font apparaître des volontés locales très affirmées de territorialiser leur stratégie, mais également des acteurs démunis sur les méthodes à employer. Les attentes sont donc fortes sur ces questions.

III. L'inscription des AOC dans le développement territorial : éclairages locaux et régionaux.

Les résultats de terrain que nous développons ici renvoient aussi bien à la nature des processus observés qu'aux échelles auxquelles ils se déroulent. Les informations collectées mettent en évidence la nécessaire prise en compte des contextes et des enjeux de développement locaux et régionaux.

1. Les échelles pertinentes du développement.

Le choix des échelles – question éminemment géographique – est déterminant dans l'analyse des processus de développement liés à la présence d'une ou plusieurs AOC. L'extrême diversité des intervenants au sein d'une filière donnée rend difficile l'identification d'un espace pertinent. Les limites administratives classiques (Région, Département, Commune, voire "Pays") sont loin d'être toujours opérantes telles quelles dans la mesure où les coordinations transcendent fréquemment ces limites.

Pour évaluer l'importance économique d'une filière AOC donnée, la prise en compte de l'aire d'appellation apparaît comme une évidence. Il s'agit en effet de l'espace réglementaire à partir duquel l'analyse est possible. Notre choix de privilégier les processus de coordination et de construction de ressources nous amène néanmoins à nuancer cette idée. Les entretiens effectués sur les différents terrains d'étude font apparaître que cette aire n'apparaît pas comme un cadre approprié, ou du moins que l'utilisation de ce seul critère est insuffisante. Les pratiques et les représentations des acteurs font émerger des échelles "infra aire AOC" (région agricole, canton, commune) où l'on observe des coordinations plus intenses, et des échelles "supra aire AOC" (ensemble de départements, région administrative) où des démarches de valorisation (communication conjointe de plusieurs fromages AOC) s'appuient sur des espaces plus vastes et à forte notoriété.

Le premier territoire légitime est celui de la commune portant le même nom que le fromage. Cette proximité confère aux acteurs locaux une certaine légitimité à s'approprier le produit. A noter que les évolutions récentes des modes d'intervention des politiques publiques favorisent l'émergence de structures intercommunales (généralement à l'échelle d'un canton) qui reprennent une bonne partie des compétences gérées jusque-là par les communes. Il est donc possible d'identifier et de caractériser un système de valorisation spécifique, plus ou moins ancien, abouti, une forme de gouvernance avec une trajectoire (déclin, renforcement...), ainsi qu'un ensemble d'éléments qui concrétisent les coordinations (paniers de biens) pour une offre

territoriale ou touristique où les acteurs et le produit AOC jouent un rôle variable ("devant" ou "derrière"), dans la mesure où les dynamiques de valorisation peuvent être initiées par d'autres acteurs (élus locaux, professionnels du tourisme...).

L'exemple de l'AOC Reblochon est révélateur de ce processus. L'aire AOC est principalement située en Haute-Savoie, sur les zones de montagne et d'avant-pays. Le Syndicat Interprofessionnel du Reblochon (SIR) gère la filière depuis sa création en 1971, il regroupe dans une même structure les 4 grandes familles représentatives du Reblochon : les producteurs fermiers, les coopératives laitières, les fromagers et les affineurs. Le SIR réalise régulièrement des campagnes de promotion de son produit, ceci à l'échelle locale, régionale ou nationale. Toutefois, l'Union des Producteurs de Reblochon Fermier (UPRF, antérieure au SIR) se caractérise par une stratégie de communication fondée sur la différenciation du Reblochon fermier (environ 20 % du tonnage total) vis-à-vis de son homologue laitier. Il est intéressant de constater le caractère fortement localisé de ces démarches, réduites à un territoire correspondant globalement au canton de Thônes, situé dans le sud du département.

L'ensemble des acteurs interrogés s'accorde pour qualifier ce territoire de berceau du Reblochon fermier. Si la production laitière est pour l'essentiel réalisée dans l'avant-pays, et non plus en montagne, la très grande majorité des producteurs fermiers (environ 140 sur 180) est encore localisée dans cette zone. La commune de Thônes est en outre le centre décisionnel de la filière, de par la présence de la "Maison du Reblochon", qui regroupe l'ensemble des services administratifs et techniques propres à la filière. Ce territoire restreint s'affiche comme le territoire légitime du Reblochon fermier AOC. Cette appropriation est symbolisée par une signalétique spécifique prévenant les touristes – notamment les skieurs qui fréquentent les stations de la Clusaz et du Grand Bornand – de leur arrivée dans le "Pays du Reblochon fermier". L'origine historique du fromage est également mise en évidence dans les dernières plaquettes d'information, sans pour autant que soit précisée de manière nette les contours de ce territoire originel (figures ci-dessous)²⁶.



²⁶ Des situations similaires de "cœur de filière" se retrouvent dans d'autres AOC, notamment en Crottin de Chavignol (canton de Sancerre), Abondance (Vallée d'Abondance) et même en Roquefort (canton de Roquefort sur Souzlon).

Parallèlement à cet échelon local, on observe également des dynamiques de valorisation des ressources sur des territoires plus larges. Dans une perspective agricole et agroalimentaire, ces ressources se construisent dans le cadre de systèmes productifs voisins des "pôles AOC" évoqués plus haut, mais plus larges dans la mesure où ils concernent la production laitière et fromagère d'une région dans son ensemble. Structurés autour d'AFTALP²⁷, les fromages de qualité de Savoie et de Haute-Savoie (5 AOC : Reblochon, Beaufort, Abondance, Tome des Bauges et Chevrotin ; 2 IGP : Tomme de Savoie et Emmental de Savoie) constituent une des composantes d'un système productif fondé sur le renforcement de compétences techniques, technologiques et scientifiques. Ce système se structure autour de quelques autres intervenants plus ou moins liés entre eux par des relations de partenariat :

- le Groupement d'Intérêt Scientifique (GIS) Alpes du Nord, dont les recherches concernent la qualité des fromages savoyards et leurs liens avec les conditions de production
- l'Institut Technique Français des Fromages (ITFF, anciennement ITG ; Institut Technique du Gruyère), pour toute la R&D relative aux fromages
- l'École Nationale d'Industrie Laitière (ENILV) de la Roche sur Foron, pour la formation de techniciens spécialisés dans le travail du lait
- l'Université de Savoie etc...

Les compétences développées dépassent largement le cadre des AOC (l'ITFF travaille principalement sur les pâtes pressées cuites dans leur ensemble), de même que les rayons d'action des acteurs qui viennent d'être cités (Est Central pour l'ITFF, Alpes du Nord pour le GIS, qui inclut l'Isère). Les produits d'appellation jouent malgré tout un rôle déterminant dans l'animation et le renforcement de ce système productif.

Les ressources "territoriales" liées à la l'image et à la notoriété des produits renvoient quant à elles à des stratégies de regroupement de filières AOC visant à mettre en commun des moyens d'action, notamment pour la promotion de leurs produits, éventuellement avec l'appui de collectivités désireuses de promouvoir leur territoire. AFTALP s'appuie pour cela sur l'entité territoriale des Savoies dans leur ensemble (départements de Savoie et de Haute-Savoie). Dans un registre similaire, la FAOCC (Fédération des Appellations d'Origine Caprines du Centre) a mis en place un budget spécifique pour la promotion des 5 appellations caprines²⁸, à travers un slogan fédérateur : "*La Région Centre, un plateau exceptionnel de cinq fromages de chèvre*". Les coopérations semblent toutefois moins abouties qu'en Savoie, ceci pour des raisons diverses²⁹.

2. Formes de gouvernance et élaboration d'un panier de biens : l'exemple du Pays d'Auge et de Camembert.

L'identification des échelles pertinentes d'observation des processus de qualification territoriale est une première étape. Il s'agit ensuite d'analyser plus avant ces mêmes processus. Les 3 appellations de Basse-Normandie (Camembert de Normandie, Pont-l'Évêque et Livarot) trouvent toutes leur origine dans la région bocagère du Pays d'Auge (partie est du Calvados et

²⁷ Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes

²⁸ Crottin de Chavignol, Sainte-Maure de Touraine, Selles-sur-Cher, Valençay, Pouligny Saint-Pierre.

²⁹ Distances géographiques importantes (plus de 200 kilomètres entre Sainte-Maure et Chavignol, soit quasiment 3 heures de route en voiture), prédominance des stratégies individuelles, rivalités entre transformateurs industriels (Triballat Rians / Eurial Poitouaine), clivages identitaires forts (Touraine / Berry).

de l'Orne). Ce territoire constitue d'un point de vue commercial un atout de localisation indéniable dont se servent fréquemment les metteurs en marché. Le Pays d'Auge n'est plus un bassin laitier d'envergure, en comparaison avec l'Orne ou la Manche, mais demeure le berceau historique des grandes familles du Camembert de Normandie (Bisson, Lanquetot, Lepetit).

Historiquement, le Pays d'Auge était une région d'élevage relativement riche qui conserve aujourd'hui son caractère traditionnel. L'identité augeronne se manifeste entre autres par l'existence d'institutions restées longtemps spécifiques à ce territoire (chambres consulaires, organismes de développement agricole...), ainsi que par une faible propension à l'action collective (faible présence de CUMA, à l'inverse d'un département comme la Manche). Le Pays d'Auge est donc resté relativement à l'écart de la modernisation agricole à l'œuvre partout ailleurs en Normandie, ce que de nombreux acteurs économiques et politiques locaux déplorent aujourd'hui. Toutefois, le caractère relativement préservé de ce territoire permet une importante fréquentation touristique, qui se développe à partir de la Côte Fleurie pour s'étendre vers le sud. La très forte proportion de résidences secondaires explique la dénomination de "21^{ème} arrondissement de Paris".

En dépit de ces insuffisances, le Pays d'Auge se caractérise par un nombre important de produits bénéficiant d'un signe de qualité. Outre les fromages, on trouve le cidre, le pommeau, et également une AOC Calvados "Pays d'Auge" distincte de l'AOC Calvados. On observe d'ailleurs un certain nombre de synergies entre les professionnels des filières, les collectivités territoriales et les acteurs touristiques, qui se manifestent notamment par l'organisation d'un festival annuel des AOC à Cambremer. Notons malgré tout la prégnance croissante des acteurs publics dans la trajectoire de développement du Pays d'Auge (du moins dans sa partie calvadosienne). Les initiatives lancées au départ par des professionnels et des associations³⁰ sont progressivement "récupérées" par les collectivités territoriales, au premier rang desquelles "Pays d'Auge Expansion", pays mis en place en 1995, contrôlée par un certain nombre de notables départementaux.

Si le terme "Camembert" est générique, la dénomination "Camembert de Normandie" est protégée par une appellation depuis 1983. Cette situation particulière conditionne en partie le contexte local inhérent au village de Camembert (département de l'Orne) que nous nous proposons de développer ici. L'intérêt de cet exemple réside en effet dans sa trajectoire originale, fondé sur la volonté de certains acteurs locaux de profiter de la renommée mondiale du fromage dans la valorisation de leur territoire de vie.

Jusque dans les années 80, il n'existait à Camembert aucune démarche particulière visant à promouvoir le fromage à l'échelle locale, à l'exception de quelques panneaux. Pour l'équipe municipale en place, cette dimension n'apparaissait pas pertinente. La prise de conscience du potentiel de notoriété du fromage se réalise au début des années 90, avec comme événement déclencheur le bicentenaire du Camembert³¹, fêté non pas à Camembert mais à Vimoutiers, le chef-lieu de canton.

La rivalité entre les deux communes – alimentée en grande partie par un conflit de légitimité relatif au fromage – va contribuer à l'émergence de deux systèmes de valorisation concurrents :

- A Camembert : les élections municipales de 1989 se soldent par le renouvellement total de l'équipe dirigeante. Les nouveaux élus manifestent très vite leur volonté de valoriser

³⁰ Parmi lesquelles le Comité Interprofessionnel de Promotion du Pays d'Auge (CIPPA), créé en 1978 par des responsables agricoles.

³¹ Qui selon la légende a été mis au point par Marie Harel en 1791.

l'image de la commune à travers le fromage, et se rapprochent du plus important groupe industriel (Besnier à l'époque) pour mettre en place en 1992 une structure touristique originale : la "Maison du Camembert" (accueil des visiteurs et vente de produits). En 2000, le village accueille la "Ferme Président", musée prenant la forme d'une ferme traditionnelle augeronne. Le développement touristique sera très important (jusqu'à 30 000 personnes par an (pour une population d'à peine 200 habitants), mais s'accompagnera d'un contexte très conflictuel, notamment au sujet de la présence de Besnier, jugée trop importante par certains.

- A Vimoutiers, la fête du bicentenaire est l'occasion de la mise en place d'une exposition permanente consacrée au fromage qui rassemblera à son apogée 15 000 personnes par an (en déclin depuis). Une "Confrérie du Camembert" est également créée en 1995, animée par la volonté de devancer une association similaire sur le point de se mettre en place à Camembert. La place principale de Vimoutiers – Place Marie Harel – symbolise à cet égard un souhait de s'appropriier le fromage (présence d'un panneau : "Vimoutiers, capitale du Camembert").

Ainsi, on assiste à la confrontation directe entre deux systèmes d'acteurs fondés sur deux formes de gouvernance, des stratégies et des trajectoires différentes (tableau ci-dessous).

	Camembert	Vimoutiers
Forme de gouvernance	Mixte (privée et publique), négociation entre la municipalité et le groupe Besnier	A dominante publique, coopération entre mairie et office de tourisme.
Trajectoire du système d'acteurs	Développement touristique important, structures modernes et performantes, moyens financiers	Déclin progressif (musée, confrérie...)
Stratégie	Promotion des marques commerciales	Conservation du patrimoine

L'évolution récente témoigne d'un relatif apaisement, notamment à travers l'émergence d'une nouvelle échelle d'action : la Communauté de Communes du Pays du Camembert³². Les deux dynamiques vont partiellement se rejoindre autour d'une démarche unique fondée sur la mise en réseau des acteurs et la relance des démarches tombées en désuétude (Musée du Camembert, Route du Camembert, Office de Tourisme de Vimoutiers). Cette coordination naissante se manifeste par l'émergence d'un panier de biens regroupant les structures de Besnier (devenu Lactalis) en place, le seul et unique producteur fermier de Camembert AOC, un restaurateur caractérisé par une démarche qualitative forte dédiée aux fromages normands et l'Ecomusée de la Pomme. L'ensemble de ces composantes sera structuré autour d'une Route du Camembert, où le groupe Lactalis jouera un rôle central, notamment au niveau financier.

³² Structure essentiellement voulue par la Région et le Département.

Dans ce contexte changeant, la place de l'AOC est ambiguë : la plupart des acteurs (publics comme privés) souhaitent défendre le Camembert dans son ensemble, et pas seulement l'AOC, d'où une certaine dilution. La marque Président correspond d'ailleurs à un Camembert pasteurisé ne bénéficiant pas de l'appellation. Ce système est également très autonome vis-à-vis de l'échelle augeronne. Le canton de Vimoutiers est certes situé dans le Pays d'Auge, mais dans sa partie ornaise, ce qui rend les relations avec le Calvados quasi inexistantes. Le canton relève d'ailleurs d'une structure intercommunale totalement ornaise³³, et de ce fait distincte de Pays d'Auge Expansion. En conséquence, malgré des préoccupations communes avec le reste du Pays d'Auge, le canton de Vimoutiers "regarde" en premier lieu vers le Conseil Général de l'Orne, et notamment sa structure professionnelle touristique spécifique : Escap'Orne.

L'exemple de Camembert illustre la manière dont une AOC s'insère dans des dynamiques de qualification du territoire. C'est à travers ces analyses, menées à des échelles locales comme régionales, que peuvent être identifiés des éléments relatifs à l'apport des AOC.

3. AOC et développement territorial : quels enseignements pour quelles perspectives ?

Les entretiens menés sur le terrain permettent de reconstruire les coordinations d'acteurs et les processus de construction de ressources à la base du développement territorial. L'analyse comparative qui est la nôtre – dont seuls quelques aspects ont été développés ici – met en évidence des enjeux de développement très dissemblables d'un terrain à l'autre, enjeux qui conditionnent en partie le quotidien des filières AOC. L'identification de critères tels que les dynamiques démographiques, foncières ou touristiques constitue un point de passage obligé de l'analyse. Le Sud-Aveyron, qui fait indéniablement partie de la France du Vide mise en évidence par R. Bêteille, a par exemple peu à voir avec les très fortes pressions foncières (d'origine urbaine et touristique) de la Savoie. La question du processus de développement se pose donc de manière différente.

Ainsi, notre recherche porte moins sur l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement que sur leur capacité à répondre à des besoins spécifiques, au vu de leur poids relatif, dans l'économie locale et régionale. Un travail quasiment équivalent à un diagnostic territorial constitue donc un préalable indispensable à une recherche sur les apports potentiels d'une AOC en termes d'emplois, de construction de ressources et de qualification territoriale.

Dans cette perspective nouvelle, il apparaît que la préoccupation de maintien de l'activité apparaît comme centrale pour une filière AOC comme Roquefort, dont le poids économique régional est considérable³⁴. Ce maintien concerne autant l'activité agricole que l'activité économique dans son ensemble. Les filières AOC Savoyardes sont équivalentes en termes d'importance économique, mais évoluent dans un contexte où l'activité agricole représente une part marginale des actifs.

L'autre interrogation forte concerne la mesure effective du développement induit par la présence d'une AOC. Certains indicateurs apparaissent de manière évidente : le nombre

³³ Le Pays d'Argentan – Pays d'Auge Ornaise, ou PAPA O.

³⁴ Environ 50 % de la valeur ajoutée et plus de 45 % des emplois industriels du Sud-Aveyron (arrondissement de Millau). Si l'on inclut les emplois induits (transporteurs, imprimeurs...), l'activité fromagère roquefortaise représente alors plus de 10 000 actifs, et constitue ainsi l'activité économique majeure de cette région. Voir à ce sujet Guiraud S., (1997), *Roquefort, un avenir à affiner*, Ressources, supplément au quotidien Midi Libre, 8 décembre, 1997, pp. 1-4.

d'emplois, le chiffre d'affaires, la valeur ajoutée, voire la fréquentation touristique inhérente à des structures de visite. Cependant, l'intérêt de notre démarche réside selon nous dans l'identification de critères plus qualitatifs et plus dynamiques. Les AOC peuvent ainsi être évaluées à partir de leur capacité à qualifier les territoires, notamment en termes de notoriété pour les consommateurs et/ou les touristes. Cette dimension nécessite donc des enquêtes supplémentaires auprès des visiteurs au sujet de leur perception du territoire, de ses atouts, de sa lisibilité.

La capacité des territoires à capter une demande est un critère essentiel, mais le développement territorial renvoie selon nous également aux représentations des résidents. Des indicateurs devraient donc être construits dans ce sens. La fonction attribuée à l'AOC n'est pas qu'économique, elle est également sociale. Le produit d'appellation en tant que vecteur identitaire peut être une composante importante du lien social à l'échelle d'un territoire (élément de fierté).

Enfin, la réflexion sur le développement territorial a mis en évidence toute l'importance de l'ouverture de l'agriculture au tourisme (et vice-versa). La méfiance historique qui prévaut entre les deux activités est un obstacle encore important avec lequel les produits AOC doivent composer. Les entretiens menés sur nos différents terrains d'étude nous ont permis de recenser un certain nombre d'indicateurs rendant compte de cette ouverture. Ces indicateurs soumis ici à la discussion peuvent constituer une ébauche de grille d'évaluation pour des filières désireuses de mettre en place de telles démarches.

- Présence de structures de visite (exploitations, fromageries...) dédiées aux touristes / résidents
- Présence de structures de vente (magasins) dédiées aux consommateurs locaux et extérieurs
- Mise en réseau de ces différents éléments au sein d'un dispositif plus élaboré (concept de route touristique) ; élargissement de la démarche à d'autres acteurs
- Existence d'un lieu central dédié à l'AOC, fédérateur de la filière et faisant office de vitrine pour les résidents, les touristes
- Organisation de manifestations locales mettant en scène le produit (festival, foire, marché...)
- Capacité à valoriser l'ensemble de la filière et non pas seulement le produit (structures de production, transformation, savoir-faire, activité économique, insertion dans le tissu local, races, paysages, utilité du métier d'agriculteur...)
- Orientation de la communication vers des cibles spécifiques stratégiques : écoles (initiation au goût et aux produits de terroir), formation agricole (valorisation du métier d'agriculteur...)
- Signalétique cohérente marquant l'espace ; identification d'un territoire porteur de sens éventuellement distinct de l'aire AOC ; correspondance avec la réalité productive
- Capacité à se projeter sur l'extérieur (salons, foires...) par la mobilisation d'échelles territoriales plus larges
- Capacité des AOC à échanger leur expérience, à renforcer leur partenariat à l'échelle régionale, voire nationale

Conclusion

Les caractéristiques économiques et territoriales des AOC font de ces filières des systèmes productifs spécifiques, même si elles suivent les mêmes évolutions globales, et sont de ce fait intimement liées au destin de la production laitière classique. L'une des grandes différences réside selon nous dans le rôle attribué aux AOC en matière de contribution au

développement territorial, rôle qui vient s'ajouter aux impératifs de rentabilité économique, de protection de l'environnement et de satisfaction des besoins des consommateurs.

Cette préoccupation territoriale est accentuée par les enjeux économiques et commerciaux inhérents aux échelles européenne et mondiale. Les remises en cause permanentes de la spécificité et de la légitimité de ces filières rendent d'autant plus nécessaire une réflexion approfondie sur l'ancrage territorial des AOC comme facteur de justification.

La recherche en cours tente de répondre à la question de l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement des territoires où elles sont inscrites. Toutefois, leurs apports réels relèvent d'une question plus complexe encore qui met en perspective l'importance de l'évaluation dans l'analyse. L'identification d'éléments de réponse à cette deuxième question constitue l'étape finale de notre travail. L'intérêt de notre démarche réside selon nous dans la large place faite à l'analyse des processus. Les acteurs locaux (professionnels ou politiques) sont en effet demandeurs d'un certain nombre de méthodes dans les démarches qu'ils souhaitent mettre en place.

Derrière ces interrogations relatives au développement territorial, c'est de la pérennité même des filières AOC qu'il s'agit. Les fortes demandes sociales dont elles font l'objet peuvent à terme se révéler incompatibles avec les impératifs commerciaux. Les AOC sont donc situées à l'interface de logiques souvent divergentes, et sont constamment à la recherche d'un équilibre dont dépend la survie d'une part non négligeable de l'activité agricole française, encore déterminante dans certains territoires ruraux.

Références bibliographiques

- Barthe L. (1998), *Processus de différenciation des espaces ruraux et politiques de développement local*, Thèse en Etudes rurales, mention Géographie, UTM - ENSAT - ENFA, 435 p.
- Blot F., Milian J., (2004), *Ressources, un concept pour l'étude de relations éco-socio-systémiques*, Communication au colloque des 10 ans du CERMOSEM : "La notion de ressource territoriale", 14-15 octobre 2004, Le Pradel.
- Colletis G., Gilly J.-P., (1999), *Construction territoriale et dynamiques économiques*, Sciences de la Société, n°48, pp. 25-47.
- Couzinet L., Frayssignes J., (2002), *Stratégie de marché et développement rural dans les filières de qualité – L'exemple d'Avigers et de Roquefort*, Bulletin de la Société Archéologique, Historique, Littéraire et Scientifique du Gers, CII^{ème} année, 3^{ème} trimestre 2002, pp. 365-381.
- Couzinet L., Frayssignes J., (2004), *Filières sous signe officiel de qualité et développement territorial : quelles approches ?*, dans Margetic C. (dir.), *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Artois Presses Université, collection Géographie, 240 p., pp. 149-167.
- Couzinet L., Frayssignes J., Pouzenc M., Simonneaux J., (2002), *La valorisation des aménités rurales comme stratégies d'acteurs : les exemples du Lot et de la filière fromagère AOC Rocamadour*, Economies et Sociétés, série "Systèmes agroalimentaires", AG n°25, pp. 1465-1485.
- Diry J.-P., (1997), *Filières agro-alimentaires et bassins de production dans les pays développés*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°4, pp. 434-443.
- Frayssignes J., (2001), *L'ancrage territorial d'une filière fromagère d'AOC – l'exemple du système Roquefort*, Economie Rurale, n°264-265, pp. 89-103.
- Frayssignes J., (2004), *L'ancrage territorial des filières agroalimentaires – le cas des AOC fromagères françaises*, Communication au séminaire INRA – INAO "Produits laitiers", Malbuisson, 9 et 10 mars 2004, 8 p.
- Frayssignes J., (2004), *Les territoires des filières fromagères AOC – emboîtements d'échelles et enjeux de développement*, Communication au colloque "Terre, paysannerie, productions agricoles dans l'histoire du Rouergue", Rodez, 4 et 5 juin 2004, 14 p.
- Guiraud S., (1997), *Roquefort, un avenir à affiner*, Ressources, supplément au quotidien Midi Libre, 8 décembre, 1997, pp. 1-4.
- Institut de l'Elevage, (2003), *Réforme de la PAC. Le compromis de Luxembourg du 26 juin 2003 - enjeux et premières analyses*, Institut de l'Elevage, Dossier Economie de l'Elevage, n° 329, 66 p.

- Leloup F., Moyart L., Pecqueur B., (2004), *La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ?*, Communication aux 4èmes journées de la Proximité : "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 15 p.
- Mollard A., (2001), *Qualité et développement territorial - un outil d'analyse théorique à partir de la rente*, Economie Rurale, n°260, pp. 16-34
- Nefussi J., (2000), *Filières agro-alimentaires : filières de produits ou de services ?*, Paris, Demeter, A. Colin, pp. 9-70.
- Pecqueur B., (2001), *Qualité et développement territorial, l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés*, Economie Rurale, n° 261, pp. 37-49.
- Perrier-Cornet P., Sylvander B., (2000), "Firmes, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine", *Economie Rurale*, n° 258, pp. 79-89.
- Ricard D., (1999), *Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 31-40.
- Rieutort L., (2004), *Filières d'Appellation d'Origine Contrôlée et territoires agro-industriels en France*, in *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Artois Presses Université, collection Géographie, dirigé par C. Margetic, pp. 187-203.
- Scheffer S., (2002), *Qu'est-ce qu'un produit alimentaire lié à une origine géographique ?*, Thèse de Géographie, Université Paris I, Panthéon Sorbonne, UFR de Géographie. 593 p.