

Les produits labellisés à l'épreuve de l'inflation française

Chaque année, l'Inao annonce la reconnaissance de nouveaux produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine (Siqo). Véritables étendards du savoir-faire agricole français, ces produits n'en sont pas moins menacés par l'inflation et la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs. Début décembre, une campagne de communication a vu le jour, afin de mieux faire connaître les spécificités et la richesse de ces produits.



Les produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine (Siqo) subissent-ils un recul de leur consommation ?
Philippe Brisebarre, président du conseil permanent de l'Inao : « L'ensemble des produits sous Siqo connaît un recul de -3 % à -5 %. La conjoncture est actuellement difficile pour les fromages AOP, le vin et la volaille Label Rouge. Quant aux fruits et légumes, nous en consommons toujours autant, mais moins en agriculture biologique. Dans le détail, les produits rattachés à une image de rareté et qui comportent peu de volumes, notamment dans la filière viticole, s'en sortent mieux. »

Comment expliquez-vous cette conjoncture défavorable ?
P. B. : « Avec l'inflation et la baisse du pouvoir d'achat, les consommateurs sont plus attentifs à leur panier et au prix des produits. Du fait de leurs contraintes de production et de leur qualité supérieure, les produits sous Siqo sont fatalement un peu plus chers. La jungle des labels, qui sont près de 150, empêche également le consommateur d'y voir clair. Il est donc essentiel de faire comprendre aux consommateurs que ces produits sont des signes officiels de qualité garantis par l'État. »

Est-ce la raison pour laquelle l'Institut national de l'origine et de la qualité (Inao) a récemment lancé une campagne de communication ?
P. B. : « Début décembre, nous avons en effet lancé une semaine dédiée à l'origine et à la qualité. Elle prend la forme d'animations en magasins, de relais sur les réseaux sociaux via des influenceurs et d'appropriation de la campagne par les différentes filières et organismes de défenses et de gestion (ODG). L'objectif est de faire comprendre aux jeunes que nos cinq signes officiels de qualité* représentent des signes officiels de confiance. Cette première campagne de communication faite par l'Inao est vraiment une action indispensable,

puisque les consommateurs attendent des explications quant à l'origine des produits qu'ils achètent. »

Les cahiers des charges des produits sous Siqo doivent-ils évoluer afin de s'adapter aux attentes et au porte-monnaie des consommateurs ?
P. B. : « En avril 2024, le comité des vins IGP de l'Inao a par exemple statué, avec une certaine limite, sur la possible déalcoolisation partielle des vins IGP. Cette question est en cours de réflexion pour les AOP viticoles. C'est un débat qui chatouille, car l'histoire du vin a été construite sur sa richesse en sucres et sur des objectifs de maturité la plus aboutie... Mais force est de constater que l'évolution climatique en donne parfois trop. Une cinquantaine d'appellations ont également ajouté de nouvelles variétés de cépages plus résistantes au climat au sein de leur cahier des charges. Le rôle de l'Inao est bel et bien d'inventer des outils capables de répondre à toutes ces nouvelles problématiques. La clef de voûte reste en revanche les ODD, les syndicats des producteurs et les opérateurs, qui sont détenteurs du signe officiel de qualité. S'ils ne demandent rien, alors il ne se passe rien. Le cahier des charges évolue seulement s'il y a une demande en ce sens. Nous regardons dorénavant comment transposer les outils de filière viticole dans d'autres filières agricoles, comme la filière laitière, au sein de laquelle nous avons un gros travail à faire, notamment sur la question de la durabilité. »

En interne, la situation financière de l'Inao reste délicate. Une entrevue avec la ministre de l'Agriculture, Annie Genevard, aura-t-elle lieu ?
P. B. : « Une rencontre est prévue le 17 décembre. En parallèle, nous faisons du lobbying auprès des parlementaires, afin qu'ils comprennent que l'ensemble des produits agricoles que représente l'Inao pèse 42 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Le budget de l'Inao est de 26 millions d'euros, financé à 70 % par



▲ Philippe Brisebarre, viticulteur en Indre-et-Loire, est président du conseil permanent de l'Inao depuis le mois d'avril 2022.

une dotation du service public et à 30 % par les droits qui sont payés par l'ensemble des opérateurs sur les produits sous Siqo. Cette partie est soumise au niveau de production et contient donc une part d'aléatoire. Depuis deux ans, la structure tape dans ses réserves et fonctionne avec un budget déficitaire, puisque la dotation publique de 70 % n'évolue pas et que les charges augmentent. Aujourd'hui, et comme pour tous les budgets publics, la situation est plutôt tendue et trop d'incertitudes règnent par rapport à l'évolution de la loi de finances. Or, nous connaissons une recrudescence de demandes d'évolution des cahiers des charges et nous mettons souvent en avant la reconnaissance de nouveaux produits sous Siqo. Tout cela demande du travail et un budget alloué. Et au-delà de cette reconnaissance, l'Inao accomplit également beaucoup de contrôles, de vieille juridique et de coopération internationale, afin de protéger ces produits » ■

Propos recueillis par Léa Rochon
*Spécialité traditionnelle garantie (STG), Indication géographique protégée (IGP), Appellation d'origine protégée (AOP), Agriculture biologique (AB) et le Label rouge.



▲ En 2023, la France comptait 63 produits laitiers bénéficiant d'une indication géographique (IG), 51 produits en appellation d'origine protégée (AOP) et 12 d'une indication géographique protégée (IGP).

FROMAGES / Après une année 2022 en léger déclin (2 % de recul des ventes), l'année 2023 a confirmé une baisse des ventes sur les 51 AOP françaises : 46 fromages, trois beurres et deux crèmes en recul de ventes global de 6 % (-3 % pour les fromages). Au terme d'une année 2024 également morose pour les producteurs, ces derniers espèrent voir remonter leurs chiffres à l'occasion des fêtes.

Les consommateurs anxieux face aux instabilités économiques

« En ce qui concerne les situations économiques des AOP en France, il existe de grandes disparités sur le territoire », amorce Hubert Dubien, président du Conseil national des appellations d'origine laitière (Cnaol) et producteur de fourme de Montbrison (AOP). Selon lui, cette baisse globale des ventes reste indubitablement liée au contexte inflationniste, qui s'est installé en France depuis plusieurs années. Les appellations les plus onéreuses sont donc celles qui en subissent davantage les conséquences, les consommateurs favorisant les produits les moins chers.

Un contexte globalement morose

« L'année était assez difficile pour tout le monde, les consommateurs sont anxieux face aux instabilités économiques, politiques, géopolitiques... l'ambiance est assez morose », souligne Hubert Dubien. Les disparités se trouvent cependant bien marquées selon les appellations : « Les caprins s'en sortent visiblement bien sur les marchés. Mais certaines pâtes pressées cuites, ou pâtes persillées, s'en sortent mieux que d'autres.

Typiquement, l'AOP bleu d'Auvergne se porte très bien, est en progression, contrairement à la fourme d'Ambert, qui se trouve dans une dynamique stable, voire en légère baisse », observe-t-il. « Cet exemple renforce notre vision des choses vis-à-vis de l'inflation, puisque le bleu d'Auvergne se trouve sur un segment de prix inférieur à celui de la fourme d'Ambert », relate le président du Cnaol. Malgré quelques bouleversements dans les attitudes de consommation, Hubert Dubien décrit une situation « non catastrophique » et invite les producteurs à agir en responsabilité afin de pérenniser les AOP françaises.

« Nous devons continuer de parler de nos produits »

« Nous continuons à travailler, à produire dans le respect de nos cahiers des charges, qui sont d'ailleurs en train d'évoluer pour la plupart des appellations. Nous devons simplement continuer de produire au mieux et communiquer sur nos produits », explique le président du Cnaol. Une solution cependant difficile à mettre en œuvre, avec des enveloppes budgétaires dédiées à la communication « de plus en plus restreintes et difficiles d'accès », d'après Hubert Dubien. Maxime Mathelin, directeur du syndicat de défense du Beaufort, confirme cette nécessité de

communiquer : « Sur les douze derniers mois, les ventes de beaufort ont également baissé de 3%. Il faut se battre au quotidien pour développer de nouveaux marchés, surtout face à un marché concurrentiel de fromages qui font partie du même rayon. La communication est un levier indispensable. Nous mettons notre inventivité, notre créativité au service de notre produit, afin de le faire connaître davantage au consommateur. C'est un travail qui sera mis en place en 2025, d'une part, tandis que nos producteurs redoublent d'efforts pour produire le meilleur produit possible d'autre part, le tout en restant fidèle au cahier des charges ». Une baisse de régime qui ne décourage pas les AOP : en 2023, la France comptait 63 produits laitiers bénéficiant d'une indication géographique (IG), 51 produits en appellation d'origine protégée (AOP) et 12 d'une indication géographique protégée (IGP). L'année 2023 a d'ailleurs été marquée par l'enregistrement d'une nouvelle IGP : la Tome fraîche de l'Aubrac. En 2024, c'est le mothsais sur feuille, fromage à pâte molle et à croûte naturelle au lait de chèvre, qui a obtenu son AOC et qui espère bien rejoindre la famille des AOP fromagères françaises, en 2025. ■

Charlotte Bayon

TÉMOIGNAGE / Dans les Baronnies provençales (Drôme), les arboriculteurs ont décroché leur indication géographique protégée (IGP) après neuf ans de travaux. Explications.

Abricot des Baronnies : le parcours vers l'IGP

En 2015, après plusieurs années difficiles, un groupement d'arboriculteurs des Baronnies provençales, dans le sud de la Drôme, se réunit autour d'un projet commun : l'obtention d'une indication géographique protégée (IGP). « L'abricot des Baronnies avait du mal à trouver sa place. Par rapport à notre produit, notre terroir, notre environnement et nos pratiques culturales, nous avions à cœur de défendre un produit de qualité », explique Franck Bec, président du syndicat de l'abricot des Baronnies. Une cinquantaine d'agriculteurs s'est fédérée autour de ce projet. Nous devons être unis pour nous lancer dans cette démarche, travailler sur le cahier des charges et déterminer l'aire géographique. » Pour cela, les membres du syndicat ont pu s'appuyer sur le soutien de Benoît Chauvin-Butaud, conseiller à la chambre d'agriculture de la Drôme, des collectivités locales et l'Institut national des appellations d'origine (Inao). « Nous avons également consulté d'autres IGP pour avoir quelques notions supplémentaires », se souvient le président. La construction du cahier des charges a été la phase la plus difficile. « Nous ne voulions pas d'un cahier des charges strict,

mais le plus naturel possible à l'image de notre production ce qui n'est pas facile à expliquer sur papier, avec les bons termes, les bons mots. Pendant cinq ans, le dossier a fait beaucoup d'allers-retours entre les services de l'Inao et les Baronnies ! »

Miser sur l'avenir

Le dossier a ensuite été présenté et reconnu en France par le Comité des labels Inao, avant d'être transmis au niveau européen. « Le texte a été édité en vingt-sept langues. Les pays avaient leur mot à dire. L'un d'entre eux nous a notamment fait une remarque sur un point environnemental. Nous avons dû défendre notre dossier et expliquer que notre volonté n'était pas d'être en surproduction et d'abîmer la nature. Cela a retardé notre dossier d'un an ». Ce n'est que le 8 décembre 2023 que le dossier a été jugé complet par la Commission européenne et publié au Journal Officiel. L'IGP de cet abricot a été officiellement reconnue le 2 avril 2024, soit neuf ans après le début des travaux. « C'est un soulagement pour la reconnaissance de notre territoire et de notre travail, mais aussi pour le maintien de nos exploitations de montagne », déclare



▲ L'IGP « Abricot des Baronnies » désigne un fruit de montagne cultivé à 200 m d'altitude minimale sur 87 communes réparties dans la Drôme, le Vaucluse et les Hautes-Alpes.

Franck Bec. Depuis, les producteurs d'abricots essaient de tirer leur épingle du jeu. « Nous avons fait le choix d'inscrire 13 variétés à l'IGP, ce qui permet aux consommateurs de trouver des abricots des Baronnies du 15 juin au 15 août »,

stipule Franck Bec. Si la campagne 2024 a été marquée par le gel, 600 tonnes d'abricots ont été vendues en IGP. « À terme, nous aimerions pouvoir en vendre 6 000 tonnes. Les premiers retours des metteurs en marché et de consumma-

teurs sont très prometteurs. » Dans les années à venir, les producteurs espèrent bénéficier d'une valeur ajoutée, avec une valorisation de 20 à 30 % sur les prix. ■
Amandine Priolot

ÉVÈNEMENT /

La 1^{re} édition du Salon Labels Saveurs se tiendra dans la Loire

Regrouper le plus de représentants de productions agricoles sous signes officiels de qualité (Siqo) d'Auvergne-Rhône-Alpes, voici l'objectif du Salon Labels Saveurs, qui tiendra sa 1^{re} édition du 11 au 14 avril prochains, au Parc-Expo de Saint-Étienne. Organisé par l'association Loire Actions (en partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand), cet événement est le fruit d'une volonté de longue date de créer un rendez-vous pour promouvoir les productions, la gastronomie et les terroirs auprès du grand public. Sans oublier de faire la part belle aux professions porteuses de savoir-faire et d'excellence.

Gratuit pour le grand public

Lors de cette 1^{re} édition, l'entrée sera gratuite pour le grand public les 12 et 13 avril. Le 11 avril, date d'ouverture du Salon, une soirée viticole privée lancera les festivités. La journée du 14 avril, journée officielle pour la communication des instances nationales en matière de réglementation des Siqo, sera quant à elle uniquement dédiée aux professionnels. Elle visera à accueillir des acheteurs nationaux et de la restauration hors domicile (RHD), en quête de nouveaux fournisseurs.

Un appel aux producteurs et coopérateurs

Si 2025 marque le lancement de ce nouvel événement, les organisateurs entendent bien l'inscrire dans le temps en l'organisant chaque année une semaine avant Pâques, en mettant systématiquement en avant plusieurs centaines de produits présentés par des producteurs coopérateurs et indépendants issus de la région. Tous les représentants régionaux de produits sous signe officiel de qualité sont les bienvenus. Les inscriptions sont désormais ouvertes sur le site <https://www.labels-saveurs.fr/>. ■

Axel Poutain

L'INFO EN +

193 : Le nombre de produits sous AOP, IGP, labels rouges ou STG présents en Auvergne-Rhône-Alpes.