

Spécificité et spécification des aliments

I. La politique de qualité des produits agro-alimentaires

Pour ce qui concerne les spécifications de produits, de nombreux pays, ont développé à côté des marques d'entreprise des signes officiels de la qualité ayant leur spécificité propre, afin de donner aux consommateurs les moyens d'identifier la qualité des produits, et aux PME les moyens de segmenter le marché en fonction des attentes diverses des consommateurs.

Deux systèmes de certification de produits sont mis en place: le label et la certification de conformité.

Ces deux systèmes, régis par les textes législatifs et réglementaires reposent sur les points communs suivants :

- Ce sont des démarches volontaires ;
- Ils s'appuient sur un document technique qui décrit la spécificité du produit selon des critères objectifs, traçables et mesurables et donc contrôlables. Le respect de ce référentiel est attesté par un organisme tiers de contrôle privé conformes à la norme EN 45 011, c'est-à-dire indépendant, impartial, efficace et compétent.

La différenciation entre label et certification de conformité tient à leur positionnement.

- Le label garantit que le produit possède un ensemble de caractéristiques qui lui confère une qualité supérieure, notamment au plan sensoriel, et le différencie de manière perceptible du produit courant ;
- La certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées dans un référentiel qui peut être une norme. Cette certification a pour objectif de donner confiance au consommateur dans le produit certifié.

I.1. La notion de qualité en agro-alimentaire

La notion de qualité en matière d'alimentation se révèle fondée sur les diverses dimensions:

Spécificité et spécification des aliments

- L'aptitude à satisfaire les besoins, les attentes des consommateurs et leurs évolutions, caractérisée notamment par la recherche des **valeurs de gustativité** des produits ;
- La capacité à répondre aux **fonctions nutritives** et à celles de **santé** ;
- La nécessité d'une **sécurité sanitaire** irréprochable ;
- La mise en œuvre de **bonnes pratiques**, tant au niveau de la production que lors des procédés technologiques de transformation ;
- Le respect de **l'environnement** et du **bien-être animal** ;
- Rassurer **l'origine des produits**, par leur **authenticité**, leur **typicité** ;
- La transparence de l'information ;
- Les **signes officiels** de qualité, les **marques** ;
- Le **prix**.

I. 2. Types de qualité des produits agricoles

On peut considérer deux types de qualité des produits agricoles à savoir :

2.1. Qualités Génériques

Repose principalement sur la sécurité sanitaire et le niveau nutritionnel des denrées agricoles offertes au consommateur. Elle est garantie quand les qualités sanitaires et nutritionnelles font l'objet d'un consensus.

2.2. Qualités spécifiques

Permet de segmenter le marché par l'identification de caractéristiques particulières: marques privées, indications géographiques (AOC, IGP, BIO,...). Ces marques et ces signes sont d'application volontaire, et sont pour la plupart collectifs et engagent la responsabilité d'un groupe d'acteurs identifiés. Ils permettent aux producteurs et aux terroirs de capter plus de valeur ajoutée et aux produits d'acquérir plus de valeur.

L'arsenal législatif européen repose sur 3 signes de qualité : AOP, IGP et STG

2.2.1. Les signes de qualités en Europe : les différentes formes de labellisation

L'Union européenne a créé, dans le cadre de la politique de qualité concernant les produits agricoles et alimentaires, des systèmes de valorisation et de protection des

Spécificité et spécification des aliments

dénominations géographiques et des spécialités traditionnelles. Il s'agit dans le premier cas des AOP (Appellation d'Origine Protégée) et IGP (Indication Géographique Protégée) et dans le second cas, des STG (Spécialités Traditionnelles Garanties) .

2.2.1.1. Appellation d'Origine Protégée : AOP

L'AOP protège une appellation géographique et implique des produits dont les caractéristiques sont liées essentiellement au terroir : sol, conditions climatiques, savoir-faire des hommes sur une zone géographique donnée, qui donne généralement son nom au produit. La production, l'élaboration, la transformation ont lieu au sein de cette zone. L'AOP protège le nom d'une région, d'un lieu déterminé, d'une commune.

2.2.1.2. Appellation d'Origine Contrôlée : AOC

L'AOC est le signe le plus ancien. Les premières formalisations législatives de l'appellation d'origine contrôlée datent de 1905 suite aux problèmes des vins. L'AOC désigne un produit dont les caractéristiques sont dues au milieu géographique et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée. Elle résulte de la combinaison d'une production et d'un terroir délimité dans lequel interagissent des facteurs naturels (climat, sol...) et humains conférant au produit une typicité particulière. Les AOC protègent le nom d'un produit dans tous les pays de l'Union européenne.

2.2.1.3. Spécialité traditionnelle garantie : STG

La STG, la garantie de la spécificité traditionnelle, est le troisième signe de qualité européen, elle ne fait pas référence à une origine géographique, elle met en valeur une composante traditionnelle du produit, ou un mode d'élaboration ou de production traditionnels .

La STG s'applique à des fromages, des produits à base de viande, des gâteaux et biscuits,

2.2.1.4. Indication géographique protégée : IGP

L'IGP, la garantie de l'origine géographique, protège également le nom d'une région,

Spécificité et spécification des aliments

d'une localité, d'un pays, mais qui ne caractérise qu'une partie des spécificités du produit. Le lien avec le terroir est moindre que pour l'AOP. Au-delà d'une simple origine géographique, garantit un lien avec le terroir à au moins un des stades de la production, de la transformation ou de l'élaboration, le produit peut être lié à un élément culturel, à la réputation, à l'histoire... L'IGP n'implique donc pas une zone d'élaboration unique du produit.

2.2.1.5. Label rouge : LR

Le Label rouge est un signe français qui désigne des produits qui, par leurs conditions de production ou de fabrication, ont un niveau de qualité supérieur par rapport aux autres produits courants similaires. Le logo actuel a été adopté en 1988.

Le Label rouge s'applique aux volailles, aux viandes, à la charcuterie, aux produits laitiers, aux produits de la mer, aux fruits et légumes, etc.

2.2.1.6. Agriculture biologique : AB

AB, garantie d'une production respectueuse de l'environnement. Les produits portant la mention Agriculture Biologique répondent à des règles très strictes de production, de transformation et de commercialisation fixées par le cahier des charges homologué par arrêté ministériel. Ces produits agricoles, transformés ou non, n'utilisent pas de produits chimiques de synthèse et respectent le bien-être des animaux.

Préservant avant tout l'environnement, le produit Agriculture Biologique ne peut être considéré comme supérieur en termes de qualité. Elles régissent également les importations de produits biologiques dans l'Union européenne .

Le logo européen pour l'agriculture biologique permet d'identifier les produits agricoles issus du mode de production biologique. En achetant un produit estampillé "agriculture biologique", le consommateur peut être certain qu'au moins 95 % des ingrédients ont été produits selon le mode biologique, qu'il satisfait aux règles du régime d'inspection officielle et qu'il provient directement du producteur dans un emballage scellé .

Spécificité et spécification des aliments

2.2.2. Les signes de qualités en Algérie : les différentes formes de labellisation

On distingue quatre signes officiels de qualité des produits agricoles à savoir:

- L'appellation d'origine (AO) ;
- L'indication géographique (IG) ;
- L'agriculture biologique (AB) ;
- Les labels agricoles de qualité.

Ces quatre signes sont régis par le Décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole .

2.2.2.1 Appellation d'Origine (AO) :

Dénomination géographique d'une région ou d'une localité, servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique comprenant des facteurs humains et des facteurs naturels et dont la production, la transformation et la préparation ont lieu dans l'aire géographique délimitée en conformité avec un cahier des charges d'appellation d'origine

2.2.2.2 Indication Géographique (IG) :

Dénomination servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, d'une région ou d'une localité, lorsqu'une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée dudit produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et que la production ou la transformation et/ou la préparation ont lieu dans l'aire géographique ainsi délimitée en conformité avec un cahier des charges d'indication géographique.

2.2.2.3 Agriculture Biologique « AB » :

Signe accordé aux produits répondant à des conditions de production biologique, prohibant les produits chimiques de synthèse et assurant la protection de l'environnement en conformité avec un cahier des charges d'agriculture biologique.

2.2.2.4 Label Agricole de Qualité :

Spécificité et spécification des aliments

Signe d'identification matérialisé par un logo qui atteste que le produit possède des qualités et des caractéristiques spécifiques préalablement fixées par un cahier des charges de label agricole.

II. Différentiation de produits et segmentation conventionnelle du marché

Pour être efficace, une politique de différenciation de produits doit en particulier être fondée sur une qualification correcte des biens sur le marché, ce qui suppose que les biens soient définis à un certain niveau de généralité et bien identifiés par les acteurs de la transaction . Cette contribution envisage les conditions à réunir pour cela en utilisant les outils de la théorie des conventions. Par exemple en France , elle montre sur le cas des fromages bleus que les politiques techniques et commerciales des entreprises sur différents produits substituables sont adaptées aux segments conventionnels mis en évidence sur le marché final .

La stratégie de différenciation des produits est considérée par la théorie économique comme un outil de compétitivité des firmes . Des concepts éprouvés de l'économie industriel sont mobilisés pour son analyse : cycle de vie de produit, barrière à l'entrée , segmentation du marché

Les conditions à réunir pour qu'une différenciation de produit soit efficace sont bien sûr de divers ordres. Mais sans négliger les questions liées par exemple à la coordination dans la filière ou à l'équilibre quantitatif du marché, qui sont également importantes, nous focaliserons cette contribution sur la qualification du produit et plus précisément sur le rôle de son identification par le consommateur.

Segmentation conventionnelle

La segmentation conventionnelle se présente généralement en trois sous-ensembles ;

- Un segment courant, fondé sur la qualité standard mesurée par le prix, avec une certaine garantie jouée par la provenance;

Spécificité et spécification des aliments

- Un segment amateur, fondé sur le gout, la tradition, l'utilisation de lait cru (exemple de fromage), la marque et la certification AOC;
- Un segment innovant, fondé sur la nouveauté et le service, la qualité étant évaluée principalement par l'apparence.