



HAL
open science

La construction sociale des labels liés à l'origine des produits agroalimentaires : une conciliation entre des intérêts contradictoires ? Étude de cas au Mexique et en Indonésie

Thomas Poméon, Stéphane Fournier

► To cite this version:

Thomas Poméon, Stéphane Fournier. La construction sociale des labels liés à l'origine des produits agroalimentaires : une conciliation entre des intérêts contradictoires ? Étude de cas au Mexique et en Indonésie. ISDA 2010, Jun 2010, Montpellier, France. 13 p. hal-00523051

HAL Id: hal-00523051

<https://hal.science/hal-00523051v1>

Submitted on 4 Oct 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



LA CONSTRUCTION SOCIALE DES LABELS LIES A L'ORIGINE DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES : UNE CONCILIATION ENTRE DES INTERETS CONTRADICTOIRES ?

ETUDES DE CAS AU MEXIQUE ET EN INDONESIE

Par Thomas Poméon (*) et Stéphane Fournier (**)

* CIESTAAM - Université de Chapingo

Mexique

1, rue Pharaon, 31000 Toulouse

tompom13@yahoo.com

** IRC / Montpellier SupAgro

Montpellier, France

1101, avenue Agropolis- BP 5098, 34032 Montpellier cedex 5

stephane.fournier@supagro.inra.fr

Résumé — La mise en place de signes de qualité se référant à l'origine a été considérée comme un outil pour le développement local. Néanmoins, les attentes par rapport à ces signes sont multiples, parfois divergentes. La mise en place d'un signe de qualité ne peut alors se faire sans un processus de négociation, débouchant sur un compromis, un accord quant à ses caractéristiques : type de figure juridique, cahier des charges ou règles d'usage, délimitation de l'aire. Cela nous amène à étudier les indications géographiques (IG) sous deux angles complémentaires : celui des théories sur les biens communs et leur gouvernance, et celui de l'économie des conventions par rapport aux notions de justification, négociation et compromis, l'IG étant alors considérée comme un arrangement institutionnel. Appliquée à deux études de cas, au Mexique et en Indonésie, cette perspective met en évidence la complexité de la mise en place d'une IG et des intérêts qui la sous-tendent, et les asymétries entre les différents acteurs y participant.

Mots clés : indication géographique, bien commun, arrangement institutionnel, compromis.

Abstract — The social construction of labels of origin for food products: what conciliation among contradictory interests?. The establishment of quality labels, referring to the origin, has been considered as a tool for local development processes. Nevertheless, the expectations about these labels are multiple and sometimes divergent. The establishment of a quality label cannot then be done without a process of negotiation, leading to a compromise, an agreement about its characteristics: type of label (legal concept), specifications and rules, boundaries of the area. This leads to base the study of geographical indications (GIs) on two complementary focuses: theories on commons goods and their governance, as well as contributions from the economics of conventions with regard to notions of justification, negotiation and compromise. IG is then considered as an institutional arrangement. Applied to two case studies in Mexico and Indonesia, this perspective highlights the complexity of the establishment of a GI and interests that underlie it, and asymmetries between the different actors participating.

Key words : Geographical Indications, common good, institutional arrangement, compromise.

INTRODUCTION

Cette communication analyse la construction de signes de qualité (marque collective, marque de certification, indication géographique, appellation d'origine, etc.) pour des produits revendiquant une qualité spécifique liée à leur origine, comme l'émergence d'arrangements institutionnels locaux. Ce type de certification ou de labellisation, lié à un processus de qualification territoriale, doit souvent concilier des attentes de différentes natures, autour du partage de la valeur, de la différenciation et reconnaissance du produit, de son insertion dans des marchés formels et globalisés, de la standardisation et respect de normes, de la préservation des patrimoines culturels et naturels, etc. Derrière ces attentes, ce sont en fait différents enjeux et visions qui se confrontent dans le champ du développement rural.

La confrontation entre ces attentes multiples se matérialise dans des négociations portant initialement sur la figure juridique la plus adaptée pour la protection du produit. Puis elle s'affirme véritablement dans l'élaboration du cahier des charges. La mise en place d'une IG s'apparente alors à une arène sociopolitique (Moity-Maizi et Amilien, 2008), dans laquelle les jeux de pouvoir et les rapports de force vont induire une hiérarchisation des multiples attentes, et un certain nombre de décisions stratégiques (critères de caractérisation du produit, définition des méthodes de production et de transformation, aire de production, modalité de certification et de contrôle, etc.).

La mise en place d'un label lié à l'origine sera ainsi vue comme la construction sociale d'une ressource commune territoriale, impliquant concertation et conciliation entre différentes stratégies et divers intérêts. Dans cette optique, cette communication tente d'alimenter le débat sur le développement dans les pays du Sud des labels liés à l'origine (pour simplifier la lecture, nous utiliserons l'abréviation IG -Indication Géographique- pour désigner cet ensemble).

Dans un premier temps nous traduirons les enjeux de la mise en place d'une IG dans les termes des théories économiques institutionnalistes, plus particulièrement les approches sur les ressources et biens communs, et l'économie des conventions. Puis nous analyserons deux études de cas, au Mexique et en Indonésie. Une discussion mettra en lumière les principaux enseignements que nous tirons de ces expériences, et l'apport de celles-ci dans les débats sur le développement et l'innovation.

1. CADRE THEORIQUE ET DE REFERENCE

Dans un premier temps nous poserons l'IG comme une ressource commune, au sens d'Ostrom. Puis nous verrons comment les approches de l'économie des conventions peuvent nous aider à comprendre la dynamique d'émergence d'un accord, nécessaire pour produire ce bien commun qu'est l'IG.

1.1 L'IG comme ressource commune

Pour Torre (2002), une IG est un bien-club¹, c'est-à-dire un bien d'usage exclusif, mais non rival (ou seulement partiellement), associé à un « club » composé de membres volontaires. C'est pour lui la réputation qui constitue le bien commun des producteurs « membres » d'une IG. On rejoint ainsi le cadre de l'analyse ostromienne sur les biens communs. Même si Ostrom (1990) concentre ses études sur les ressources communes naturelles, elle n'exclut pas les ressources dites « produites », dont le caractère collectif peut en effet être abordé par cette approche (Requier-Desjardins, 2004). La coordination autour des ressources communes produites ne se base pas sur une pure confrontation des intérêts individuels et maximisateurs, mais également sur la confiance, la réciprocité, des mécanismes de distribution, du calcul « altruiste », des contrats (incomplets), des sanctions, etc.

Requier-Desjardins (2004) met en avant la nécessité d'aborder les ressources communes produites, considérées comme des biens-club ou des biens publics locaux, non seulement depuis la perspective d'une « communauté de consommation », mais aussi de celle d'une « communauté de production » du bien commun. Ainsi le caractère collectif de l'IG provient de la consommation que font les producteurs de la réputation (et les consommateurs d'un signal d'information, l'IG servant de « proxy for quality »), mais également de la production de cette réputation, des savoir-faire traditionnels, de la qualité et de ses représentations, des dispositifs organisationnels et institutionnels associés à la filière locale, des accès privilégiés à des aides de l'Etat pouvant accompagner l'IG (aide technique, financière, organisationnelle), etc. C'est tout cela qui fait de l'IG une ressource commune, produite et consommée par un groupe d'acteurs, ressource que l'on peut qualifier de patrimoine collectif. On ne pourra donc pas se contenter d'une définition du bien commun basée sur les critères d'exclusivité et de rivalité d'usage, mais il faudra également réfléchir aux conditions et modalités de production de l'IG comme bien commun.

1.1.1. « Stakeholders » et pluralité des règles

Communauté de production et de consommation peuvent être ou non identiques. Ainsi il est légitime de soulever la question de l'identification de différents « stakeholders » concernés par la production et la consommation d'une IG. Nous mobiliserons les travaux d'Ostrom (1990) et de Schlager et Ostrom (1992) pour délimiter les arènes et les enjeux de la construction d'une IG. L'intérêt est de comprendre la diversité des droits et des modes de répartition de ceux-ci. Les auteures distinguent deux niveaux de règles :

- Des règles opérationnelles, qui portent sur les droits et devoirs concrets autour de la ressource. Dans le cas des IG, il s'agit des droits d'utilisation de la dénomination, en fonction de certaines règles (cahier des charges ou règles d'usage).
- Des règles de choix collectif (« collective-choice rules »), qui portent sur l'attribution des droits pour participer à l'élaboration des règles opérationnelles. Dans le cadre des IG, cette notion renvoie aux modalités et processus de mise en place et de reconnaissance du label.

Une autre distinction importante est celle faite entre des règles « *de jure* » (de droit) et « *de facto* » (de fait) ; les premières sont des règles officielles, légales, reconnues par un tribunal ou un autre organe de l'Etat ; les règles « *de facto* » sont elles des règles informelles, qui peuvent d'ailleurs être complémentaires ou antagonistes avec les règles « *de jure* ».

¹ Reprenant la notion établie par Buchanan (1965).

1.1.2. Gouvernance

La notion de gouvernance renvoie aux modes de coordination autour d'une ressource et/ou d'un objectif communs. La mise en place d'une IG correspond à l'émergence d'un nouveau mode de gouvernance au sein d'un groupe d'acteurs, qui se matérialise dans des normes, conventions et autres formes institutionnelles (au sens large). L'IG peut alors être abordée comme un arrangement institutionnel, au sens de Boyer (2001), c'est-à-dire une forme de coordination, qui émerge dans des arènes sociopolitiques propres au processus de qualification d'un produit.

L'analyse de la gouvernance implique une étude des formes de leadership, de la représentativité des acteurs (surtout dans le cas d'activités informelles), des procédures de prise de décision. Linck (2007) présente le consensus comme un mode de gouvernance fréquent pour la gestion des patrimoines collectifs, notamment dans les communautés « traditionnelles » des pays du Sud. Il invite à un approfondissement de cette notion, autour des problématiques de la production et/ou l'usage du bien commun, mais aussi de la cohésion du groupe, et donc de l'identité collective. Il s'écarte de fait d'une vision idéaliste du consensus comme une forme d'accord total ; la gouvernance consensuelle renvoie au contraire à une négation de l'opposition, et un accord qui peut s'appuyer non seulement sur l'entente mais aussi sur des rapports de forces, des dispositifs d'exclusion, des jeux complexes entre loyauté, défection et prise de parole (renvoyant aux travaux d'Hirschman). Ni bonne, ni mauvaise, la gouvernance consensuelle est juste différente de la gouvernance basée sur la représentativité, que l'on a trop souvent tendance à croire universelle (ou universellement souhaitable). Torre (2002 : 44) va dans ce sens lorsqu'il associe l'opération de certification des IG à « *un processus de concertation et de négociation qui conduit à un choix de nature consensuel, même s'il n'est pas toujours apte à satisfaire l'ensemble des participants* ».

1.2 L'IG comme compromis entre plusieurs logiques

1.2.1. Qualité et « justifications »

L'approche de Boltanski et Thévenot sur la pluralité des registres de justification² de l'action a fait l'objet de nombreux développements, en particulier dans le domaine de la qualité des produits, alimentaires notamment. Elle met en avant la qualité comme une construction sociale, liée à des procédures et conventions de qualification. Dans cette perspective, une IG renvoie à des formes de coordinations et des compromis stabilisés autour d'un produit, de son origine, et des conditions de sa production.

Notre interrogation se place ici en amont du processus de construction sociale de la qualité : c'est le cadre politique de la construction d'une IG et sa justification qui nous intéressent. L'IG, en tant qu'arrangement institutionnel, constitue un compromis entre plusieurs conventions de qualité, entre plusieurs mondes (au sens de Boltanski et Thévenot, 1991). S'il est difficile de généraliser, chaque cas pouvant être différent, on peut toutefois identifier plusieurs registres de justification pour les IG. En effet, entre logique patrimoniale et logique commerciale, la rente territoriale associée à l'IG représente un compromis entre les mondes domestique et marchand. L'IG intègre également la logique industrielle, via les définitions techniques du cahier des charges, et les contraintes techniques propres au produit et à la filière. Mais on peut aussi voir l'IG depuis la logique civique, en ce qu'elle constitue un patrimoine commun, propriété d'un collectif.

² Boltanski et Thévenot (1991) distingue six registres de justification, six « cités » renvoyant à six « mondes » : le monde inspiré, domestique, de l'opinion, industriel, marchand et civique.

Le compromis visé par la construction d'une IG peut donc s'analyser à partir du paradigme de l'économie des grandeurs et des conventions. Chaque agent tend à s'insérer de préférence dans une de ces logiques (grandeurs) ; mais cet encastrement n'est ni définitif, ni univoque. Il se fait en fonction de ses intérêts implicites ou explicites, des représentations, assumées ou non, et du contexte dans lequel il se trouve. Ainsi d'une situation à l'autre, un même agent peut mobiliser différentes logiques³.

1.2.2. Négociation

Il s'ensuit que la négociation devient un phénomène central dans les processus de construction des IG. Négociation qui peut se résumer par une question : quels sont les mécanismes employés par les acteurs pour amener les autres vers leur logique, ou générer un compromis plus ou moins stable ?

La motivation des acteurs pour entamer des négociations peut provenir de l'espérance d'un gain (pas seulement économique, puisque la « grandeur » n'est pas que marchande), mais aussi d'une menace ; dans le cas d'un produit local typique, cette menace peut être liée soit à une usurpation, soit à une tendance de standardisation et perte de spécificité du produit (Barjolle et Sylvander, 2002). Elle est aussi liée aux anticipations des acteurs sur la possibilité d'arriver à un accord, et sur sa nature potentielle (Sylvander et Biencourt, 2004). Dans le cas de la mise en place d'une IG, Barjolle et Sylvander (2002) soulignent l'importance de l'*initiateur* de la démarche, qui prend en charge le lancement du projet, et mobilise les différents agents. Il peut s'agir d'un agent, individuel ou collectif, qui se consacre à la production, transformation ou distribution; mais ce peut être aussi l'Etat, ou une ONG. Pour une filière qui est dominée par un « *channel captain* », celui-ci peut être le catalyseur le plus approprié. L'*initiateur* doit progressivement passer le relais à un *corps interprofessionnel* porteur du projet d'IG et par la suite garant de son fonctionnement. C'est dans ce groupe que va se former l'arène sociopolitique, au sein de laquelle se fera la négociation.

Les intérêts, objectifs et motivations des différents acteurs n'apparaissent pas explicitement dès le départ, mais se révèlent au cours de la négociation (Sylvander et Biencourt, 2004). Le débat fait d'ailleurs apparaître des objets jusqu'alors invisibles : savoirs, pratiques, questionnements, réseaux politiques, etc. (Moity-Maizi et Amilien, 2008). De plus, la position d'un agent est susceptible d'intégrer des visions des autres agents, de se combiner, pour parvenir à l'obtention d'un accord « satisfaisant ». Cela passe parfois par de nouvelles façons de poser le problème. Chaque « camp » réinterprète ensuite cet accord en fonction de ses intérêts propres, ce qui le rend au final plus acceptable.

L'accord ne signifie pas l'homogénéisation des représentations, ni leur alignement ; il ne remet pas en cause les différents intérêts et valeurs, mais les coordonne. Boltanski et Thévenot (1991) parlent de compromis entre les mondes. Un compromis est par nature instable, temporaire, révocable, même s'il s'inscrit en général dans une certaine durée. L'accord trouvé dans le cadre de la mise en place d'une IG, ou de sa modification, est par nature un accord local. Néanmoins, il peut être interconnecté avec des processus qui se jouent à des échelles différentes, nationales ou internationales.

³ Il peut même arriver que cela se fasse simultanément. Néanmoins l'agent s'expose alors à la critique et donc à la remise en cause de l'ensemble de son point de vue, du fait de l'incompatibilité des différents mondes (Boltanski et Thévenot, 1991).

Enfin, une fonction fondamentale dans la négociation est celle d'arbitrage, qui renvoie également à celle de médiation et d'accompagnement. Dans le cas de systèmes structurés de gestion des IG, comme en France, il est exercé par un organisme spécifique (l'INAO), dans le cadre de règles de fonctionnement explicites. Dans le cas de pays où un tel organisme n'existe pas, on peut supposer que l'arbitrage se fera plus par la confrontation et les relations de pouvoir, faute d'un arbitre régulant le processus.

1.3. Les enjeux de la mise en place d'une IG

Sylvander et al. (2005) analysent l'évolution de la justification des différents dispositifs de protection de la qualité des produits liée à l'origine dans plusieurs pays européens, en se plaçant donc à une échelle nationale et supranationale. Ils mettent en avant quatre façons de justifier la mise en place d'IG, portés par différents « réseaux d'action politique », et liés à la représentation de la qualité en vigueur dans chacun de ces réseaux : réglementation des échanges et de la concurrence, maîtrise de l'offre sur le marché agricole, développement territorial, préservation du patrimoine local. Ces différentes justifications sont mobilisées en fonction du contexte sociopolitique, et de la situation des filières de production.

Au lieu d'aborder cette typologie de manière diachronique, comme le font Sylvander et al. (2005), nous voyons son intérêt dans le fait de pouvoir révéler l'enchevêtrement des justifications dans le temps, voire dans la vision d'un même agent. Fournier et al. (2009) mobilisent également cette typologie pour analyser la mise en place de plusieurs IG dans les pays du Sud, dont les buts et fonctions peuvent être très différents. Ils montrent que les attentes des différents acteurs, et l'impact potentiel d'une IG par rapport à celles-ci, sont fortement conditionnés par les caractéristiques du système productif, le type de marché visé, l'origine de la démarche, les réseaux d'acteurs, les rapports de force, etc.

Pour Fonte (2008), l'objectif premier des labels liés à l'origine est la valorisation économique du produit local pour relancer le développement, le maintien d'une communauté et de son mode de vie. Les dimensions environnementales et sociales renvoient à des objectifs de second ordre, les IG pouvant d'ailleurs être tout autant bénéfiques que néfastes pour ces dimensions.

D'autre part, la labellisation IG implique une identification et une sélection des savoirs traditionnels, leur amélioration (en particulier vis-à-vis des normes sanitaires) et leur codification. Il s'opère donc une sélection à l'intérieur de la diversité des pratiques et techniques traditionnelles autour d'un même produit, et en même temps une hybridation entre savoirs locaux et savoirs d'experts. Le risque est alors de voir les acteurs locaux perdre le contrôle du processus, et leurs savoirs accaparés par des acteurs extérieurs, les « expropriant » ainsi de leur produit et des bénéfices liés à sa valorisation. Fonte (2008) cite notamment le cas de la production d'un jambon traditionnel d'une région portugaise, standardisée et appropriée par une alliance entre universitaires et industriels, excluant les acteurs locaux. Ce risque d'appropriation est d'autant plus élevé que le volume de production est important (et donc peut faire l'objet d'une production industrielle), et que le marché (potentiel) est large, avec des liens faibles avec les consommateurs et la culture gastronomique locaux.

De cette analyse théorique, il ressort donc que les IG peuvent être vues comme des ressources communes, produites et consommées par des communautés, grâce à des systèmes de règles (de *facto* et de *jure*) et des modes de gouvernance spécifiques. Par ailleurs, les positions et stratégies individuelles ou collectives des acteurs s'expliquent en considérant un large éventail de registres de justification (ou « mondes ») qui se combinent de manière complexe. Les différents objectifs classiquement assignés aux IG ne doivent pas être vus diachroniquement, mais comme les attentes de différentes catégories d'acteurs, attentes que ces acteurs tenteront de concrétiser lors de processus de négociation.

Ce cadre d'analyse va nous permettre d'analyser deux études de cas, au Mexique et en Indonésie.

2. LE « QUESO COTIJA » (MEXIQUE)

2.1. Situation de départ

Le fromage Cotija est produit depuis plus de 400 ans, entre les états mexicains de Michoacán et Jalisco. Il se distingue tant par ses caractéristiques que par son mode de production, saisonnier, dans les « ranchos » (c'est une production exclusivement fermière). Au-delà même du mode de production, c'est un des produits spécifiques et emblématiques⁴ de la société *ranchera* qui occupe la *Sierra de Jalmich*.

Depuis la moitié du XX^{ème} siècle, le fromage Cotija a été imité, ou plutôt sa dénomination a été récupérée pour un fromage issu de modes d'élevage et de transformation très différents, le fromage « type Cotija ». Il ne partage avec le fromage Cotija que le format et le nom, et n'a pas grand-chose à voir avec la production originale. Le type Cotija est produit et vendu dans l'ensemble du pays, accaparant le marché du fromage Cotija, autrefois national. La production de ce dernier ne s'est maintenue qu'au cœur de sa région d'origine, la Sierra de Jalmich, du fait en particulier de l'isolement de cette zone et de la quasi-impossibilité d'y adopter d'autres modes de production ou de transformation fromagère. La production de Cotija a ainsi connu un fort déclin, accentuant la marginalisation socioéconomique de la Sierra.

2.2. Lancement du projet et acteurs en présence

Partant de ce constat, au début des années 2000, deux chercheurs, rejoints par un membre de l'équipe municipale de la ville de Cotija (connu comme le « promoteur culturel », il organise la feria annuelle du fromage Cotija depuis 2000), ont entrevu la possibilité de requalifier le fromage, et à travers lui le territoire et ses acteurs, par l'obtention d'une appellation d'origine (AO). Ce projet a suscité l'adhésion d'un groupe d'abord restreint puis conséquent de producteurs face à un *statu quo* (Ostrom, 1990) qui leur était largement défavorable. Les principaux acteurs impliqués dans le processus de construction de l'AO ont été les suivants :

- Les *rancheros*, éleveurs et producteurs de fromage. Environ 90 producteurs (sur un total de 200) se sont regroupés dans l'Association Régionale de Producteurs de Fromage Cotija (l'ARPFCA), formée dans le cadre du projet en 2001.
- Les deux chercheurs et le promoteur culturel, que nous appellerons les « 3L » (« L » pour Leader), qui sont à la fois les initiateurs et les véritables porteurs du projet. Ils assurent également la médiation entre les différents types d'acteurs.
- L'autorité officielle, responsable de l'attribution des AO et des MC et de leur mise en place, l'IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual).

Les autres acteurs de la filière, les commerçants, n'ont pas pu prendre part à l'action, l'idée étant justement de faire émerger un nouveau marché, plus valorisant.

L'enjeu principal d'une IG est ici la légitimation des *rancheros* de la *Sierra de Jalmich* comme producteurs du fromage Cotija authentique, leur différenciation vis-à-vis des producteurs de fromage type Cotija, voire l'exclusion de ces derniers. Il s'agit donc de définir qui peut utiliser la dénomination « Cotija », et dans quelles conditions.

⁴ Pour plus d'information sur ce fromage et son histoire, on pourra consulter Poméon (2007).

Tableau 1. Les acteurs de l'IG Queso Cotija et leurs motivations

Acteurs	Intérêts / objectifs principaux (articulant leur démarche)	Position par rapport à l'IG	Ressources stratégiques (financiers, réseaux, etc.)
L'IMPI	Réglementation des échanges et de la concurrence. Application des règles du « libre marché ».	Opposant : la dénomination étant utilisée par d'autres, l'IMPI estime qu'elle ne peut favoriser tel ou tel acteur : il faut laisser faire le marché. Le bureau régional, plutôt favorable, a été « évincé » par le niveau national.	Politique : pouvoir de décision (droit d'exclusion) Réseaux plus liés aux intérêts contre l'AO Cotija (Etat du Chiapas, fromageries industrielles, etc.)
Les 3L	Développement territorial et préservation du patrimoine local. Volonté de lier leur action académique ou civique avec une action de développement	Leaders : l'AO doit tirer le développement local vers le haut, en combinant meilleure situation socioéconomique et maintien du patrimoine local. En facilitant les innovations techniques, organisationnelles et institutionnelles nécessaires.	Cognitive : lien avec enseignement/recherche, en particulier international. Politique : niveau local (variable) et surtout des états (Michoacán en particulier, qui a fait pression auprès de l'IMPI). Financier : programme pour financer les différentes actions.
Les <i>rancheros</i>	Entre logique patrimoniale (la tradition), professionnelle (modernisation élevage et fromagerie), et intérêts marchands (prix, extension du marché)	Suiveurs essentiellement. Quelques opposants (vis-à-vis des 3L)	Pas de ressources spécifiques dans le projet : manque de connaissance sur la loi, absence de réseau politique fort, moyens financiers limités.

2.3. Processus de négociation entre acteurs pour la construction de l'IG

Face au refus de l'IMPI d'accorder une AO, une marque collective (MC) a été sollicitée et obtenue (difficilement) en 2005 par l'ARPFC. Les producteurs et chercheurs ont accepté la MC « Queso Cotija Region de origen » comme une étape avant l'obtention d'une AO, élaborant ses règles d'usage sur le modèle d'une indication géographique.

Les règles de choix collectifs renvoient ici à la législation et aux modalités d'attribution et de gestion d'une MC et d'une AO. Mais les règles « *de jure* » sont incomplètes, et laissent donc la place à des règles « *de facto* ». Les objectifs, compétences et fonctions de chacun dans le processus restent flous, ce qui rend d'autant plus complexe le processus de négociation. Les ressources politiques jouent alors un rôle clé pour parvenir à imposer en même temps règles opérationnelles et règles de choix collectifs. L'IMPI opère d'ailleurs elle-même ses choix en fonction de l'influence, du lobbying exercé par les différents acteurs.

Officiellement, l'attribution par l'IMPI d'une IG est largement accessible financièrement (1600 pesos pour l'AO et 2500 pesos pour la MC⁵). Mais dans les faits, les coûts sont plus élevés (en temps et en argent), surtout dans le cadre de règles ambiguës : déplacement pour les réunions et remises de documents, conseil/appui d'avocats, constitution du dossier d'AO (justification du lien au lieu, etc.) et des règles d'usage (MC et AO), etc. Les producteurs ayant des moyens très limités, ce sont essentiellement les 3L, grâce aux programmes de recherches financés et aux organismes et réseaux auxquels ils appartiennent, qui ont mobilisé les ressources nécessaires pour tenter d'infléchir l'opposition de l'IMPI (qui recevait en même temps des pressions politiques de la part des régions

⁵ Un euro vaut approximativement 17 pesos.

productrices de fromage type Cotija pour éviter que ne soit accordée une AO, et même une MC).

Le résultat de la négociation est donc une sorte de « consensus mou », dans lequel l'IMPI a attribué une MC qui de fait contredit la loi (une MC ne peut normalement contenir un nom géographique comme « Cotija »). Le refus de l'AO n'a pas été motivé officiellement par écrit ; il n'est pas totalement clair. La position de l'IMPI dévoile son malaise face aux AO pour des productions alimentaires traditionnelles et artisanales.

La MC constitue une base assez solide, qui explicite et institue la relation produit/territoire/société *ranchera*. Néanmoins, elle ne confère pas la même protection qu'une AO, et repose sur des modalités de gestion qui rendent son avenir très incertain.

Ce processus complexe et coûteux a été mené par les 3L, les producteurs restant à la marge par manque de ressources, mais aussi du fait de leur difficulté à se saisir d'enjeux qu'ils ne maîtrisent qu'en partie. La notion de bien collectif, de patrimoine commun (lié à une IG), est pour eux très floue. On retrouve cela dans leurs discours sur la MC, quand ils disent par exemple que « *c'est José [le président de l'ARPCF] qui l'a [la MC]* ». Ce qui est collectif est plutôt perçu comme suspect, et il vaut mieux que « *chacun se gratte avec ses propres ongles* », puisque de toute façon « *chaque tête est un monde* ».

Le manque de lisibilité et l'instabilité du compromis entre plusieurs mondes renforcent cette incompréhension. Ainsi les *rancheros* reconnaissent le travail et l'appui des 3L, sans néanmoins percevoir tout ce que cela représente en termes d'implications et de coûts. Et lorsque les chercheurs ont investi dans une structure de commercialisation, privée, cela a généré une certaine confusion chez les *rancheros* sur leurs postures, certains d'entre eux dénonçant même le fait qu'ils soient en train de « *voler le patrimoine culturel de la Sierra de Jalmich* ». Même si a priori cette structure ne modifie pas les positions de chacun, on est typiquement dans ce que Boltanski et Thévenot (1991) nomment une critique ou une dénonciation d'un compromis entre deux registres de justification. L'incompréhension est d'autant plus forte que pour l'instant les 3L gèrent l'utilisation de la marque, pour éviter un usage inadapté ou inopportun de la part des producteurs. L'implication, les motivations, et intérêts des 3L ont pourtant permis de construire une IG qui est, dans ses règles d'usage, largement compatibles avec le mode de production et de vie des *rancheros*. Ces règles ont en effet été élaborées par les 3L sur la base des informations récoltées auprès des producteurs, avec comme bannière « *la coutume faite règle* ». D'autres cas de labellisation de fromage au Mexique (avec MC) montrent au contraire une tendance à la standardisation et à la privatisation de l'IG ; dans ces cas, l'absence d'un leadership portant les motivations de développement local et de défense du patrimoine laisse la place à des logiques purement industrielle et commerciale.

3. LE CAFE DE KINTAMANI BALI (INDONESIE)

3.1. Situation de départ

La production de café s'est développée sur l'île de Bali depuis le début du XIX^{ème} siècle. Différents événements (maladies, éruptions volcaniques...) ont eu des conséquences sur les systèmes de culture, mais le café s'est maintenu jusqu'à aujourd'hui parmi les principales cultures de l'île.

Cette production reste majoritairement dominée par la variété *robusta*, associée à une transformation par voie sèche. Sur les montagnes de Kintamani, une production d'*arabica* a

toutefois été développée au cours des 40 dernières années, et les services d'appui agricoles ont incité la transformation par voie humide⁶.

Cette filière « arabica voie humide » repose largement sur des organisations locales. Dans ces villages balinais, des organisations socio-religieuses, les *Subak Abian*, gèrent collectivement la production de café, regroupant les productions individuelles de cerises pour les vendre à une usine de transformation (gérée par un investisseur privé), ou les transformer (par voie humide), grâce au matériel distribué par les services d'appui agricoles.

Si le « *kopi Bali* » (café de Bali) dispose d'un marché local relativement conséquent, la réputation internationale du café balinais reste faible. La partie « robusta voie sèche » n'intéresse pas les marchés internationaux ; la production d'arabica voie humide est exportée, principalement au Japon, en Australie et en Europe. Elle est commercialisée mélangée à d'autres cafés sous différentes marques commerciales, à l'exception notable de quelques torréfacteurs la vendant en « pure origine », utilisant l'image positive et les attributs symboliques de Bali (« Gods mountain coffee », « Bali gold »...). Les faibles volumes expliquent en partie le caractère encore confidentiel de cette production.

3.2. Lancement du projet et acteurs en présence

Lorsqu'en 2001 le gouvernement indonésien fait part de son intention de se doter d'une réglementation sur la protection des Indications Géographiques, la décision de conduire un projet-pilote, épaulé par des équipes de recherche indonésienne et française, est prise. Le café arabica de Kintamani Bali est rapidement sélectionné, pour le « potentiel qualitatif » que lui reconnaissent les technologues et pour le dispositif organisationnel préalablement existant (les *Subak Abian*), pouvant servir de base à la construction d'une IG.

L'initiative du projet vient donc avant tout des centres de recherche indonésiens et français et du gouvernement indonésien (Etat central tout d'abord, puis le gouvernement provincial de Bali a rapidement été impliqué). Les producteurs, ne disposant d'aucune connaissance préalable du système de certification des Indications Géographiques, ne pouvaient évidemment pas être moteurs dans ce projet. Ils y ont cependant rapidement adhéré.

Une troisième catégorie d'acteurs joue un rôle important : les acheteurs. Si le café « voie sèche » (que les producteurs gèrent individuellement) est vendu sur les marchés locaux ou directement à des collecteurs, la filière de café arabica « voie humide » s'est développée différemment. Les acheteurs, représentants de grands groupes indonésiens ou multinationaux, sont directement en relation avec les organisations de producteurs (*Subak Abian*). Ils ont mis en place des contrats plus ou moins explicites grâce auxquels ils assurent dès le début de la récolte leur approvisionnement dans les quantité et qualité⁷ voulues. Ils apportent également pour certains d'entre eux une assistance technique aux producteurs durant la période de récolte / transformation, afin de s'assurer du respect des « bonnes pratiques ».

3.3. Processus de négociation entre acteurs pour la construction de l'IG

Ces acteurs ont des motivations différentes, résumées dans le tableau 2.

⁶ Elle se distingue de la transformation par voie sèche par l'introduction d'un dépulpage et d'une fermentation des cerises de café avant le séchage.

⁷ Le paramètre le plus important pour eux est le temps de fermentation, défini en fonction des mélanges à réaliser entre cafés pour chaque marché et chaque marque commerciale.

Tableau 2. Les motivations des différents acteurs de la construction de l'IG café de Kintamani Bali

Motivations	Etat	Centres de recherche	Exportateurs	Producteurs locaux
• Développer une filière d'exportation par la différenciation	X	X	X	X
• Améliorer la qualité du produit, le rendre conforme aux normes internationales	X	X	X	X
• Affirmer la spécificité du produit				X
• Protéger juridiquement le nom, éviter les contrefaçons		X		X
• Amélioration de la répartition de la valeur ajoutée au profit des producteurs		X		X
• Renforcement des organisations locales	X	X		X

Tous les acteurs se retrouvent sur ce qui a été l'objectif premier de l'IG, à savoir la différenciation du produit *via* la certification. L'IG est vue comme un moyen de faire connaître et reconnaître un café à fort potentiel, d'établir sa réputation, et par conséquent de se protéger des fluctuations du marché international, en « sortant » le café de Bali du système de cotation existant pour le café « standard ». L'IG est vue avant tout dans sa dimension « outil de différenciation », au même titre que d'autres types de certifications (biologique, commerce équitable, Rainforest Alliance...). L'objectif premier « classique » des IG, à savoir la protection juridique du nom, n'a ici pas véritablement de sens.

La mise en place d'une IG, qui doit venir renforcer la réputation du café, se traduit donc véritablement par un processus de *construction* de ressource, d'un bien commun.

Ce projet se traduit immédiatement par l'imposition de « bonnes pratiques » directement issues des recommandations des technologues. Il s'agit finalement de standardiser le produit, de le rendre conforme aux attentes supposées des acheteurs de *specialty coffee*, de cafés *single-origin*. Ce mode de construction ne met pas les producteurs en situation de force. Il ne s'agit pas de valoriser, de protéger, leurs savoir-faire locaux, mais de certifier de « bonnes pratiques » de production et de transformation, sur la base des savoirs « experts ». Les services d'appui agricoles, qui fournissent les plants, les intrants, le matériel de transformation, et, bien souvent, les débouchés commerciaux, peuvent assez facilement imposer leur vision du développement agricole en général et du contenu du cahier des charges de l'IG en particulier. Si les règles « de jure » donnent les droits de propriété intellectuelle, d'usage et de gestion de la ressource aux producteurs, « de facto » ces droits sont plutôt entre les mains de l'Etat et des exportateurs, acteurs dont les intérêts peuvent parfois s'opposer, mais qui se retrouvent fortement sur un objectif commun, celui du développement des filières d'exportation des cultures de rente.

Il en ressort que la construction de l'IG, finalisée en décembre 2008 par son enregistrement, aura été avant tout dictée par des logiques industrielle et marchande. Les mondes civique et domestique ne sont que rarement convoqués. L'objectif d'un renforcement de l'équité au sein de la filière, d'une amélioration de la répartition de la valeur ajoutée au profit des producteurs reste secondaire. On cherche avant tout à mettre en place une filière qui pourra trouver sa place dans les marchés internationaux, s'insérer dans les circuits commerciaux existants.

Il est à noter que la grande majorité des IG sur le café qui ont vu le jour ces dernières années se sont construits sur le même mode. Seules quelques exceptions ont priorisé le développement local et l'intérêt des producteurs, ce qui a pu les conduire, par exemple, à

imposer que la torréfaction, la mouture et l'emballage final du café se fassent localement⁸. Cette évolution générale des IG est à notre sens le reflet des rapports de force très inégaux qui existent dans « le monde du café ».

REFLEXIONS CONCLUSIVES

Cette analyse théorique et ces études de cas nous montrent que la mise en place d'une IG est avant tout une situation d'innovation. Il s'agit de la construction collective d'une ressource, ressource qui permettra aux acteurs ayant les moyens de son appropriation d'orienter la production, la filière et les marchés dans la direction souhaitée.

Le développement de ces signes de qualité dans les pays du Sud, bien souvent sur la seule base de la (large) définition donnée par l'OMC, donne aux différents acteurs une marge de manœuvre supplémentaire, du fait de l'absence de réelle tradition d'utilisation de ces signes de qualité et, parfois, de cadrage politico-institutionnel. Ce contexte spécifique ne fait que mettre en lumière des phénomènes également présents dans le berceau historique des appellations d'origine (Europe du Sud). En tous temps et en tous lieux, il y a eu une grande complexité des enjeux autour des IG. Les intérêts des différents *stakeholders* sont multiples, entre intérêts économiques, développement territorial et valorisation du patrimoine naturel et culturel. La seule défense des intérêts des producteurs, le souci de reconnaître leur propriété intellectuelle sur une production locale, ne représentent qu'une partie des justifications du dispositif. Celui-ci est bien souvent orienté en fonction d'autres logiques, industrielles et marchandes notamment.

Il s'ensuit un processus de négociation, des tentatives de conciliation entre ces différents intérêts, que le cadre théorique proposé ici permet d'éclairer. Les cas mobilisés montrent bien la complexité des jeux d'acteurs (producteurs, acheteurs, Etats, centres de recherche, universités...), mais également des « résultats » à l'issue de ces négociations qui sont bien souvent le reflet des rapports de force pré-existants.

Cela peut amener à reconsidérer le rôle de la recherche et des organismes intervenant en appui aux producteurs locaux. Deux voies semblent se dessiner : un renforcement des capacités de négociation, mais également des capacités d'innovation, qui permettront aux producteurs, en incorporant ces ressources nouvelles que sont les IG, de définir de nouvelles voies de valorisation des productions locales et des territoires.

BIBLIOGRAPHIE

BARJOLLE D., SYLVANDER B., 2002. Some factors of success for "Origin Labelled Products" in Agrifood supply. Chains in Europe: Market, Internal Ressources and Institutions, *Economie et Société, Cahiers de l'ISMEA, Série Développement Agroalimentaire*, n°25 (9-10), pp. 1441-1461.

BOLTANSKI L., THEVENOT L., 1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard. 483 p.

BOYER R., 2001. L'après consensus de Washington: institutionnaliste et systémique, *L'année de la régulation 2001. Economie, institutions, pouvoirs*, pp. 13-56.

⁸ C'est le cas par exemple de l'IG thaïlandaise « café de Doi Tung »

- FONTE M., 2008. Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing, *Sociologia Ruralis*, n°48-3, pp. 200-222.
- FOURNIER S., VERDEAUX F., AVRIL M., DURAND C., 2009. Le développement des indications géographiques au sud : attentes des acteurs locaux et fonctions jouées. Etudes de cas en Indonésie et en Ethiopie, *Congrès international « Localiser les produits: une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des Suds? »*, UNESCO, Paris, 9,10 et 11 juin 2009. 12 p.
- LINCK T., 2007. Patrimoines sous tension. L'exclusion, condition et écueil de l'appropriation collective, *Economie appliquée*, n°3, pp.177-198.
- MOITY-MAIZI P., AMILIEN V., 2008. Doing the local cheese even more local: Case study AOC OSSAU IRATY, *French- Norwegian seminar: Consumers conception of local food*, 21. april 2008, Museum of Agriculture in Ås, Norway. 12 p.
- OSTROM E., 1990. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge, Cambridge University Press.
- POMEON T., 2007. El queso Cotija, México. *Rapport réalisé pour la FAO/IICA dans le cadre d'une étude sur les produits de qualité liée à l'origine en Amérique Latine. Séminaire réalisé les 12/13 décembre 2007 à Santiago de Chile, Chili.*
- REQUIER-DESJARDINS, D., 2004. Produced Common Pool Resources, Collective Action and sustainable local development: the case of food-processing clusters. *30ème conférence de l'International Association for the Study of Common Property: "The Commons in an age of global transition"*. 22 p.
- SCHLAGER E., OSTROM E., 1992. Property-Rights Regimes and Natural Resources: A Conceptual Analysis. *Land Economics*, n°68(3), pp.249-262.
- SYLVANDER B., BIENCOURT O., 2004. Negotiating standards for animal products: a procedural approach applied to unpasteurized milk. In: BINGEN J., BUSCH L., *The Shape of the Global Food and Fiber System*, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, pp. 95-109.
- SYLVANDER B., ALLAIRE G., BELLETTI G., MARESCOTTI A., BARJOLLE D., THÉVENOD-MOTTET E., TREGEAR A., 2005. Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux. *Communication pour le Symposium international : « Territoires et enjeux du développement régional »*, Lyon, 9-11 mars 2005 ; 22 p.
- TORRE A., 2002. Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles, *Revue d'économie industrielle*, n°100, pp.39-62.