



**HAL**  
open science

## **Les Indications Géographiques pour les Productions Industrielles et Artisanales : la révélation d'un ancrage industriel territorialisé ?**

Baptiste Baujard, Marc Dedeire

### ► **To cite this version:**

Baptiste Baujard, Marc Dedeire. Les Indications Géographiques pour les Productions Industrielles et Artisanales : la révélation d'un ancrage industriel territorialisé ?. *Revue d'économie industrielle*, 2023, Politiques industrielles territorialisées : enjeux et modalités, 181 (1-2), pp.25-61. <hal-04455181>

**HAL Id: hal-04455181**

**<https://hal.science/hal-04455181v1>**

Submitted on 30 Apr 2025

**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.



HAL Authorization

# Les Indications Géographiques pour les Productions Industrielles et Artisanales : la révélation d'un ancrage industriel territorialisé ?

---

Références : Baujard, B., & Dedeire, M. (2023). Les Indications Géographiques pour les Productions Industrielles et Artisanales : La révélation d'un ancrage industriel territorialisé ? *Revue d'économie industrielle*, 25-61. <https://doi.org/10.4000/11v16>

---

## Mots-clés

Géographie économique, Indication Géographique, IGPIA, industrie et artisanat, qualification territoriale, ancrage

## Keywords

Economic geography, Geographical Indication, IAPGI, industry and crafts, territorial qualification, anchoring

Classification JEL : L6, R0, R12

## Résumé

Les Indications Géographiques pour les Productions industrielles et artisanales (IGPIA), créées à l'initiative de la loi Consommation de 2014 (loi Hamon), se sont révélées être des outils particulièrement efficaces pour la protection des savoir-faire et le rayonnement de ces différentes productions industrielles et artisanales, à l'échelle nationale comme internationale dans le cadre d'une réindustrialisation de plus en plus accentuée de nos territoires.

L'ancrage des entreprises pour ce type de production se doit donc d'être fort. Ce papier tente de révéler l'ancrage industriel de ses productions en termes de géographie économique en essayant de mesurer leurs ancrages afin de s'interroger sur la révélation de ces ancrages industriels au sein de leurs territoires respectifs.

## Abstract

The Industrial and Artisanal Protected Geographical Indications (IAPGI), created on the initiative of the 2014 Consumer Law (Hamon Law), have proved to be particularly effective tools for the protection of know-how and the influence of these various industrial and artisanal productions, both nationally and internationally, in the context of an increasingly accentuated reindustrialization. The anchoring of companies for this type of production must therefore be strong. This paper attempts to reveal the industrial anchorage of these productions in terms of economic geography by trying to measure their anchorage in order to question the revelation of these industrial anchorages within their respective territories.

**-1-**

## **Introduction**

En 2014, en réponse à une demande de plus en plus forte de la part des acteurs des filières artisanales et industrielles de bénéficier, au même titre que les productions d'ordre agricole, d'une protection juridique à la fois du nom et de l'espace de production d'un produit, les Indications Géographiques pour les Productions industrielles et artisanales (IGPIA) ont donc été introduites à travers la loi Hamon<sup>1</sup> relative à la consommation, qui a enfin permis aux entreprises industrielles et artisanales de bénéficier d'une reconnaissance et d'une protection contre la concurrence déloyale ainsi que les contrefaçons.

Actuellement, il existe une douzaine de productions ayant été homologuées par l'INPI sous le sigle « Indication Géographique ». Allant du granit de Bretagne au grenat de Perpignan, nous remarquons que les productions homologuées sont diverses et variées gravitant à la fois autour des pierres marbrières (4 homologations sur les 12 IGPIA), des productions iconiques du savoir-faire français (porcelaine de Limoges, couteau Laguiole, charentaise de Charente-Périgord et savon de Marseille (pas encore homologués), ou des productions très localisées (siège de Liffol, tapis et tapisserie d'Aubusson).

Mis à part ces productions iconiques déjà labellisées, il demeure en France une importante part de production industrielle et artisanale potentielle susceptible d'être homologuée par l'INPI. De plus, dans un contexte de réindustrialisation majeur ces dernières années, les indications géographiques pourraient également s'intégrer en adéquation d'un programme datant de 2018, le programme « territoires d'industrie ». Ce programme permet notamment de rassembler les pouvoirs publics et industriels d'un même territoire afin de concentrer des moyens d'action et apporter des solutions aux besoins identifiés. Les projets se structurent autour de quatre axes : l'attractivité, le recrutement, l'innovation et la simplification. Les entreprises homologuées Indications Géographiques industrielles et artisanales pourraient se servir des outils mis en place par le programme pour développer leurs activités, pérenniser la production ou former du personnel qualifié<sup>2</sup>.

Les IGPIA disposent chacune d'un ancrage supposé, caractérisé par des indicateurs relevés lors de la lecture des cahiers des charges ; de plus, les IG pour les produits industriels et artisanaux couvrent différentes échelles spatiales allant de plusieurs communes à une région entière supposant une utilisation des ressources naturelles différentes entre les productions. Nous pouvons également noter que l'analyse des distances entre entreprises de productions et organismes de défenses et de gestion (ODG) permet d'avoir une idée des types d'ancrages des productions en analysant la densité d'implantation par rapport à l'ODG.

---

<sup>1</sup> LOI n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation

<sup>2</sup> Source : entreprises.gouv.fr : <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/industrie/politique-industrielle/territoires-d-industrie#:~:text=L%27initiative%20«%20Territoires%20d%27,146%20territoires%20et%20542%20intercommunalités.>

Mais une question réside, quelles logiques d’ancrages ces productions ont sur le territoire qu’elles occupent ?

Dans cet article, nous nous intéresserons d’abord au concept d’ancrage appliqué aux entreprises certifiées IGPIA. Le but de cette contextualisation est de nous permettre de montrer que cet article s’inscrit dans un grand mouvement d’intégration géographique de la production dans le développement industriel. Dans un second temps, après avoir défini le concept d’ancrage, nous aborderons le cas des IGPIA dans le contexte de la réindustrialisation, et nous expliquerons la mise en œuvre politique de ces IG en décrivant ces objectifs et ces enjeux. Enfin, nous présenterons la méthodologie utilisée dans le but de déceler les logiques d’ancrages révélées lors de notre analyse dans l’objectif de mesurer les différents ancrages que les productions sous IGPIA mettent à profit en analysant les cahiers des charges de chaque production et en relevant différents indicateurs de mesures d’ancrage.

L’objectif de cet article est de démontrer l’intérêt croissant de ces entreprises pour les secteurs industriels et artisanaux français dans le contexte de la reprise économique après la crise de la covid-19, et l’importance de ces industries pour l’économie locale en faveur des consommateurs et des collectivités.

**-2-**

## **Confrontation de la question de l’ancrage appliqué aux industries de type IGPIA**

### **2.1 Éclairage sur la notion d’ancrage en géographie économique**

Ces dernières années, 7,3% des PME de 50 salariés et plus ont externalisé au moins une de leurs activités, cependant, la délocalisation des entreprises a baissé, passant de 4% sur la période de 2009 à 2011 à 1,9% pour la période de 2014 et 2016<sup>3</sup>.

L’ancrage territorial a depuis quelque temps, acquis de nombreuses définitions, le définir revient donc à prendre en considération les nombreux travaux entamés par les économistes, géographes et experts de l’aménagement du territoire afin d’arriver à une définition claire et utile pour la suite de nos travaux.

Si nous voulions avoir une définition normée et définitive de l’ancrage territorial, la norme RSE et du développement durable ISO 26000 décrivent l’ancrage territorial comme « *le travail de proximité proactif d’une organisation vis-à-vis de la communauté. Il vise à résoudre les problèmes, à favoriser les partenariats avec des organisations et des parties prenantes locales et à avoir un comportement citoyen vis-à-vis de la communauté* ».

D’un point de vue pragmatique et pour approfondir la définition précédente, l’ancrage territorial confère plusieurs enjeux aux entreprises : (i) des **enjeux de réputation** sous le prisme d’un capital immatériel permettant de construire et de consolider la réputation de l’entreprise et de développer une image engagée, et sous le prisme de l’adhésion afin de connaître et se faire connaître de ses partenaires locaux et de maintenir un dialogue avec les riverains afin de créer une dynamique de confiance ; (ii) des **enjeux d’anticipation des risques** sous le prisme de la

---

<sup>3</sup> Source : Insee Première, N°1760, juin 2019

qualité afin de construire des relations durables avec les parties prenantes et acteurs du territoire s'avérant parfois indispensable dans certains cas de figure ; (iii) Et des **enjeux d'innovation et de marché** sous le prisme du savoir-faire afin de s'intégrer au contexte local permettant de développer des solutions qui s'adapteront aux spécificités du terrain, puis sous le prisme du marché afin de connaître et comprendre les attentes locales pour la création de produits et services adaptés (Comité 21, 2010).

Mais, comme explicité plus haut, l'ancrage territorial a longtemps intéressé les géographes, économistes et aménageurs pour son lien indéfectible avec le territoire

Pour Le Gall & al. (2013, p.367), les auteurs le définissent comme se mesurant « *par les liens marchands et non marchands que l'entreprise noue avec son territoire* », selon Bousquet, l'ancrage territorial est décrit comme « *le processus et le résultat d'interactions entre une entreprise et son territoire, fondés sur la volonté de créer collectivement des ressources communes spécifiques et localisées, permettant une longue période de sédentarité de l'entreprise* » (Bousquet, 2014, p.20). La notion d'ancrage apparaît également pour Zimmermann comme un processus d'apprentissage collectif localisé, orienté vers la co-production de ressources (Zimmermann, 2005, p.22).

Premier constat, l'ancrage territorial fait mention dans l'ensemble des définitions à une entreprise et un territoire, ces deux entités vont alors entrer en interaction afin de bénéficier de liens marchands et non marchands et des ressources qui sont **spécifiques** et **ancrées** dans un territoire.

L'aspect de sédentarisation de l'entreprise est particulièrement intéressant à prendre en compte puisqu'il suppose un lien indéfectible avec le territoire. Cependant, selon Roux & al., « *l'ancrage local exprime l'intensité et la nature du lien entre un produit et son territoire de production en raison d'attaches géographiques (délimitations géographiques), historiques (production locale dans un passé) et identitaires (appropriation par la population locale de leurs histoires) et apparaît comme capital, car il conditionne sa spécificité, son caractère redéployable dans d'autres espaces de productions* » (Roux & al., 2006, p. 22). Or son caractère redéployable n'entre pas dans le sens de Delfosse et al., qui soulignent « *qu'une ressource spécifique est activée, construite localement par des acteurs multiples, qui recherchent un avantage différenciatif et un ancrage qui la rendent non délocalisable et qui génèrent une plus forte valeur ajoutée (ou Rente de Qualité Territoriale)* » (Delfosse et al. p. 143).

Une des nombreuses entrées que nous pourrions également mobiliser pour qualifier les entreprises IGPIA est la notion de systèmes productifs. Qu'ils soient qualifiés de « districts industriels » (Marshall, 1919; Becattini, 1979), de systèmes productifs locaux (Courlet, 2002 ; Pecqueur, 2000) ou bien encore de Systèmes agroalimentaires localisés ou SYAL (Muchnik et al., 2007), les systèmes de productions pourraient nous permettre de définir les logiques d'ancrage qu'utilisent les entreprises homologuées IGPIA comme insertion dans un territoire donné en analysant leurs concentrations dans un lieu précis et des logiques économiques qui en découlent. Mais avant de nous plonger dans l'analyse des concentrations d'entreprises sous IGPIA, nous nous devons de définir précisément les différents systèmes de production pour ensuite vérifier lequel serait le plus à même de correspondre aux entreprises sous IGPIA.

Tout d'abord il serait difficile de parler des systèmes productifs sans commencer par les districts industriels, théorisés par Alfred Marshall dans les années 1920. Dans son ouvrage *Industry and Trade* (1919), Alfred Marshall définit les districts industriels comme « *une entité socioterritoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une*

*population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné* ». De plus, Alfred Marshall montre qu'entre la production artisanale disséminée sur tout le territoire et la production industrielle concentrée au sein de la grande entreprise, il existe une forme d'organisation productive très performante qui concerne les agglomérations ou réseaux de petites entreprises spécialisées autour d'une production particulière (Sarrazin, 2016). Nous retrouvons bien chez les opérateurs IGPIA d'un regroupement d'entreprises dans un territoire donné qui sont spécialisés autour d'une production particulière.

Nous pourrions ensuite comparer les IGPIA à une sorte de Système Productif Local (SPL), car selon Courlet, 2002 « *Un SPL peut se caractériser par la présence sur un territoire restreint d'un grand nombre d'entreprises suffisamment proches et réciproquement liées. Il s'agit d'une concentration géographique originale. Il s'agit d'une zone mesurable et délimitée spatialement (...). Cette zone se caractérise ensuite par une spécialisation économique distincte* ». Cette définition semble bien correspondre au caractère concentré et lié des opérateurs IGPIA. Seulement, les entreprises IGPIA regroupant des entités aux formes juridiques variées (TPE, PME, ...), Bernard Pecqueur « *identifie toutefois des différences entre district industriel et SPL : savoir-faire ouvrier et savoir-faire technicien, artisan-entrepreneur et ingénieur-entrepreneur, produit traditionnel et produit nouveau, mutation technologique et saut technologique, mobilisation interne du capital et mobilisation interne et externe du capital* » (Pecqueur, 2000 in Sarrazin, 2016).

Le territoire, réceptacle d'activités économiques et construit social (Zimmermann, *Op. Cit.*), nous permet également d'appréhender la notion de « milieu ». Banat et Ferguène (2009), nous explique ici que « *le territoire est une forme d'organisation inscrite dans l'espace et construite socialement par les acteurs locaux, économiques, sociaux et institutionnels. Une fois construit, le territoire peut servir (...) de support au processus de développement, il devient donc un milieu, qui n'est pas seulement la base géographique des activités économiques, mais qu'il acquiert une double dimension organisationnelle et socioculturelle, jouant un rôle central dans le processus de développement* ».

Coppin (2002), nous livre une définition très pertinente des milieux dans le cas des sciences sociales et les définit comme « *un ensemble de facteurs extérieurs qui agissent de manière permanente ou durable sur les êtres vivants* ». Avec ce concept, Coppin nous montre que « *ce caractère systémique est à l'origine de nombreuses analyses sur l'innovation (...) cette innovation n'est plus tant le fait d'une entreprise que des facteurs sociaux, économiques et politiques qui l'entourent* ».

Coppin souligne également que, « *selon Maillat, 1996 et l'OCDE, 1993, un milieu est propice à l'innovation lorsqu'il intègre (i) un collectif d'acteur se caractérisant par sa cohérence et sa cohésion économique, (ii) des ressources matérielles, humaines, financières technologique ou encore informationnelle aussi nombreuses que diverses, (iii) des savoir-faire garantissant une maîtrise du processus productif au sens large, qu'ils soient techniques, commerciaux ou organisationnels, (iv) du capital relationnel favorisant la constitution de réseaux en tant que vecteurs de connaissances et de reconnaissance à la fois économique, mais aussi politique et (v) des normes, règles et valeurs régissant le comportement des acteurs économiques et les relations que ceux-ci entretiennent. De plus, « un milieu qui innove est un milieu qui se distingue par sa capacité à produire des ressources spécifiques ».*

Ces travaux sur les milieux innovateurs, initiés par Aydalot, ont permis au territoire d'être le *nouveau paradigme du développement* (Lamara, 2009). En effet, c'est bien de développement dont il est question, afin d'insuffler des dynamiques territoriales. Mais pour que ce développement ait lieu, l'un des points essentiels de la construction territoriale est bien la

coordination des acteurs, en effet, « *pour qu'un territoire émerge (se construise), il faut que les acteurs se coordonnent* » (Lamara, *Op. Cit.*).

Crevoisier (2003) explique également que « *les mécanismes de coordination sont au cœur des milieux innovateurs (...) Une entreprise, et en particulier une PME, n'est jamais qu'un élément inséré dans un système de production et dans un système territorial. Or, cette insertion passe par l'établissement de relations avec les autres entreprises de son environnement qui lui fournissent ses intrants ou lui achètent ses produits et services. Elle passe aussi par un ancrage territorial qui lui permet de mobiliser des ressources spécifiques et de participer aux réseaux locaux d'innovation et de soutien au système de production régional.* » (p. 70)».

Cette notion de ressource apparaît en effet comme primordiale dans l'analyse de l'ancrage d'une entreprise. Les ressources peuvent être définies comme des actifs liés à la firme (machine, processus de fabrication, employés qualifiés, savoir-faire) qui peuvent fournir des idées stratégiques sur la compétitivité de l'entreprise. Penrose, dans son ouvrage *The theory of the growth of the firm* (1959) approfondit la notion de théorie des ressources et nous explique ici que les intrants du système de production ne sont pas les ressources elles-mêmes, mais les services qu'elles apportent. Cette théorie des ressources nous permet de comprendre que les différences de performance (création et maintien de l'avantage concurrentiel) entre les firmes sont causées par les caractéristiques des ressources (Prévot et *al.*, 2010). Bien évidemment, pour qu'une entreprise crée de la valeur ajoutée, elle doit faire appel à des ressources. Une autre définition qualifie les ressources comme étant l'ensemble des moyens dont l'entreprise dispose, qu'elle contrôle, et qu'elle peut engager, par le biais de ses processus productifs et organisationnels, pour créer de la valeur au sein de son activité (Barney et Wright, 1997, p. 625). Les ressources peuvent être spécifiques, ancrées dans un territoire et construites, ou bien génériques et données (Colletis & Pecqueur, 1993). Pour aller plus loin et pour rebondir sur les éléments importants de la construction territoriale, les ressources territoriales construites à la suite des mobilisations d'acteurs sont la véritable richesse qui permet au territoire de se développer (Lamara, *Op. Cit.*).

Pour approfondir notre analyse, il serait également intéressant d'en apprendre plus sur les questions d'ancrage en explorant les travaux des sociologues. L. Karpik (2007), avec son économie des singularités, défend l'idée que la concurrence ne se définit pas par les prix, mais par les singularités identifiées par la qualité même d'un produit permettant de porter un jugement sur ce produit. « *Ces singularités apparaissent à partir du moment où le consommateur ne fait plus un calcul à partir de l'attribution d'un poids à chaque caractéristique d'un produit, pour le conduire à la décision d'achat* » (Lacroix, 2018). Cette théorie, à contre-courant de la théorie néo-classique, nous prouve que la spécificité d'un produit (sa singularité comme la définit L. Karpik) échappe à toute forme de hiérarchisation extérieure au consommateur.

Pour L. Boltanski et A. Esquerre (2017), ils qualifient de *théorie de l'enrichissement* la façon depuis 1975, « *dont sont créées les richesses dans les pays d'Europe de l'Ouest, marqués, d'un côté par la désindustrialisation, et de l'autre, par l'exploitation accrue des ressources* (Boltanski & Esquerre, 2017). *D'ailleurs selon Boltanski & Esquerre in Desouches (2018), « le couteau Laguiole est devenu l'emblème de l'enrichissement en pratiques en passant d'une forme standard contrefaite en Chine ou au Pakistan à une marchandise triplement référencée (...) peu différenciée, mais durable grâce à une indication géographique pour valoriser les territoires, puis à une forme collection* ».

Ces deux analyses portées d'une part par L. Karpik et Boltanski & Esquerre d'autres part, nous en apprennent plus sur la fixation des prix pour des produits (mais aussi des œuvres, des services...), prenant en compte des éléments quantifiables et mesurables (main-d'œuvre, coûts

des matières premières, locaux...) et d'autres éléments plus subjectif et difficilement mesurable (qualité organoleptique, tendance ou effet de mode, aménités à proximité du lieu de production...). On comprend donc ici l'importance de la spécificité afin de se sortir de la concurrence par les coûts de production en misant sur une stratégie par la qualité.

Nous pouvons donc soutenir, au terme de cet éclairage sur la notion d'ancrage territorial, qu'il existe à la fois un ancrage des ressources et un ancrage des entreprises, une entreprise non ancrée dans le territoire peut profiter de ressources ancrées dans les territoires, cependant, dans le cas inverse, leurs qualités seront amoindries, « *Dans certaines situations, des ressources génériques (redéployables facilement dans d'autres contextes productifs) peuvent s'apparenter à des ressources "quasi-spécifiques" et enclencher des dynamiques de développement. Ce paradoxe tient dans la combinaison de deux phénomènes : l'existence et le maintien d'asymétries d'informations entre producteurs et consommateurs, l'insertion dans un panier de biens et services localisés de produits constitués sur la base de ressources génériques* ». (Angeon et Vollet, 2008, p. 592). Cette notion d'ancrage renvoie aussi aux liens entre qualités des savoir-faire et le territoire productif. En effet, Salais et Storper (1994) dans les *mondes de production*, proposent d'intégrer l'importance des compétences héritées dans l'histoire. Pour eux, c'est comme une ressource structurant le système productif local, élément porté par Marshall notamment à travers l'idée de communauté de langage et d'actifs idiosyncratiques -savoir-faire attaché aux individus - qui permet l'apprentissage dans le temps des différents producteurs et le transfert de compétence sur la longue période (Marshall, in Salais et Storper, p. 53).

La proximité des entreprises permet également de juger de l'ancrage des entreprises avec un territoire donné, mais aussi avec les acteurs composant le territoire (industrielles, acteurs institutionnels, acteurs économiques...) faisant bénéficier à l'entreprise d'un certain nombre d'avantages. Effectivement, selon Courlet (*Op. Cit.*) « *Cette première série d'avantages renvoie à l'environnement social des forces économiques grâce à la constitution d'une "atmosphère industrielle", facteur d'osmose et de transmission de compétences dans le temps au sein de systèmes. Une deuxième série d'avantages est liée à l'interdépendance technique des activités créées par la naissance, "dans le voisinage", d'une industrie principale, d'industries auxiliaires situées techniquement en amont et en aval de celle-ci, au sein d'une même "filrière productive". C'est là l'effet d'économie externe d'agglomération fortement liée à la proximité spatiale* ».

L'ancrage territorial est donc question de ressources, qu'elles soient matérielles ou immatérielles, relevant de compétences et de savoir-faire particulier, faisant bénéficier d'avantages comparatifs aux entreprises implantées dans un territoire donné, cependant, pour que le territoire intègre des dynamiques de développement, il faut qu'il soit coordonné par des acteurs locaux, institutionnels, économiques afin de fournir des biens et des services diversifiés sur le territoire. Pour étayer notre propos, la prochaine partie s'intéressera à une autre forme de qualification territoriale, à savoir les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), pour comprendre s'ils mobilisent une logique d'ancrage. Cela pourra nous permettre par la suite d'avoir les clés nécessaires pour s'interroger sur les logiques d'ancrages qu'utilisent les entreprises.

## 2.2 Est-ce que les SIQO matérialisent des logiques d'ancrage ?

Notre hypothèse première est que les IGPIA s'apparentent aux signes d'identification de l'origine et de la qualité. En effet, les SIQO englobant les AOC, AOP et IGP, ils représentent pour nous un contexte analytique similaire aux IGPIA, car il s'agit d'outils servant à l'homologation et la valorisation de production.

L'objectif de cette partie sera donc de présenter les signes d'identification de la qualité et de l'origine pour ensuite comprendre si les SIQO matérialisent des logiques d'ancrages.

Nous nous servirons, pour présenter les SIQO de l'« *Avis sur la mise en œuvre de la réforme des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et agroalimentaires* », par le Conseil National de l'Alimentation (2008).

La politique de valorisation de la qualité alimentaire par les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine s'inscrit dans un contexte :

- De préoccupations de l'ensemble des acteurs économiques quant à la valorisation de leurs produits, en segmentant leurs marchés ;
- De recherche d'une garantie qualité alimentaire facilitant le choix du consommateur au regard de ses préoccupations de sécurité, de goût, de plaisir et de préservation de valeurs gastronomiques et culturelles, liées ou non à un territoire et à son image, tout en considérant les contraintes de production des filières.

Les SIQO ne sont finalement qu'un des nombreux outils permettant aux opérateurs de faire ressortir une identification spécifique pour les produits qu'ils commercialisent. Ces outils peuvent à la fois valoriser un territoire, un produit ou segmenter un marché.

L'institut National de l'origine et de la qualité (INAO) est chargé de l'administration de l'ensemble des signes d'identification de la qualité et de l'origine (AOP/AOC, IGP, Label Rouge, STG, AB).

Des organismes de défenses et de gestions (ODG) sont institués pour chaque signe, à l'exception de l'AB. Ils sont chargés d'élaborer le cahier des charges de leurs signes de qualité ou d'origine, au besoin de le faire évoluer, de défendre et de promouvoir le produit et le concept attaché au signe.

Les objectifs de la politique publique dédiée à la qualité et à l'origine sont énoncés à l'article L.640-1 du Code rural :

*« La politique conduite dans le domaine de la qualité et de l'origine des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer doit répondre aux objectifs suivants :*

*« - promouvoir la diversité des produits et l'identification de leurs caractéristiques, ainsi que leur mode de production ou leur origine, pour renforcer l'information des consommateurs et satisfaire leurs attentes ;*

*« - renforcer le développement des secteurs agricoles, halieutiques, forestiers et alimentaires et accroître la qualité des produits par une segmentation claire du marché ;*

*« - fixer sur le territoire la production agricole, forestière ou 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 ;*

*« - répartir de façon équitable les fruits de la valorisation des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer entre les producteurs, les transformateurs et les entreprises de commercialisation ».*

Parmi les SIQO, les « indications géographiques » (signes d'identification de l'origine AOC/AOP et IGP), s'inscrivent dans un espace plus vaste que celui de l'Europe, c'est-à-dire dans un contexte mondial, qui a lui aussi son influence sur les évolutions européennes et nationales en matière de SIQO.

En effet, des similarités subsistent entre les SIQO et les IGPIA, les organismes portant le projet d'homologation sont des Organismes de Défense et de Gestion et les objectifs sont à peu près similaires, c'est-à-dire promouvoir la diversité des produits et renforcer les informations auprès des consommateurs, renforcer le développement des filières de production, ancrer localement les entreprises...

Selon Hirczak et *al.* (2013, p. 12), les préoccupations en matière de qualité (sanitaire, organoleptique ou autre) ne datent pas d'hier, et les productions sous signe officiel de la qualité ont connu un fort développement à partir des années 1980. Toujours selon Hirczak et *al.*, la qualité peut être regroupée en deux grandes familles avec d'un côté la qualité générique, qui va faire appel à des standards et donc à des normes et règles objectivées (normes sanitaires, agriculture biologique...) et la qualité spécifique, porteuse de caractéristiques qui lui sont propres, localisées et non reproductibles (cas des produits liés au terroir – AOC, AOP – et au territoire – IGP).

La qualité est donc corrélée avec des productions s'inscrivant dans une logique territoriale. Valceschini et Torre ont d'ailleurs, dans un article de 2002 décrivent que : « *La notion de qualité est alors souvent associée à la rareté, à la particularité, à la fabrication en petite série, mais aussi à l'existence de produits artisanaux, possédant une origine locale facilement reconnaissable grâce à leur ancrage territorial* » (Valceschini et Torre, 2002, p. 1).

Frayssignes, dans un article de 2001 sur le cas de l'AOC Roquefort, explique que la notion d'ancrage décelée lors de son étude « *donne une autre illustration des relations complexes qui existent entre des acteurs économiques et leurs territoires (...) les entreprises commercialisant des produits sous une AOC, l'ancrage territorial est, selon les situations, un choix stratégique ou bien un point de passage obligé, qui implique la légitimité de l'acteur économique concerné au sein de la filière et au sein du territoire où il est inscrit* ».

L'auteur définit également trois grandes familles d'indicateurs d'ancrage territorial :

- « *Les modalités de mobilisation des ressources productives, qui concernent l'ensemble des fonctions de production de la filière et des acteurs qui la composent ;*
- *Les relations avec les acteurs territoriaux qui sont inscrits dans les sphères politiques, sociales et économiques ;*
- *La valorisation des caractères du territoire dans la promotion des produits »* (Frayssignes, 2001, p. 96).

Toujours selon Frayssignes, l'ancrage peut se mesurer grâce à l'aire d'appellation et plus particulièrement à son évolution, car il traduit pour un produit donné « *les variations dans les rapports de forces entre les acteurs de la filière* » (Frayssignes, *Op. Cit.*).

Maintenant que nous avons donné des éclaircissements sur la corrélation entre les SIQO et la mobilisation d'un ancrage territorial, nous pouvons aborder dans la troisième partie en quoi les IGPIA peuvent mobiliser des logiques d'ancrage.

## 2.3 En quoi les IGPIA mobilisent-elles des logiques d’ancrage ?

Comme nous l’avons vu dans les deux parties précédentes, l’ancrage des entreprises produisant des petites productions artisanales, leur ancrage est fort et encastré au territoire, en effet, comme vu précédemment, Frayssignes définit trois familles d’indicateurs d’ancrage territorial, à savoir : « *Les modalités de mobilisation des ressources productives (...), les relations avec les acteurs territoriaux (...) et la valorisation des caractères du territoire dans la promotion des produits* ».

Les IGPIA correspondent tout à fait à ces indicateurs. Pour les modalités de mobilisations des ressources productives, le fait est que les filières de production des entreprises industrielles et artisanales utilisent des ressources à la fois matérielles et immatérielles. L’interprofession peut être en relation avec les producteurs et entreprises prenant part à la transformation des matières premières et les producteurs sont en relation avec les fournisseurs.

Pour les relations avec les acteurs territoriaux, les Organismes de défenses et de Gestion collaborent étroitement avec les acteurs politiques, économiques et sociaux, pour valoriser les entreprises homologuées et s’impliquer dans des projets de développement *local*. Des partenariats peuvent être menés avec des acteurs du tourisme.

Pour la valorisation des caractères du territoire dans la promotion des produits, les Organismes défendant les Indications géographiques industrielles et artisanales utilisent des stratégies faisant appel à l’histoire du territoire ainsi qu’aux savoir-faire employés par les fabricants, incorporant également des aménités environnementales (Frayssignes, *op.cit.*).

Si nous reprenons le constat fait par Valceschini et Torre vu dans la partie précédente, la qualité est associée à la notion de rareté, à la fabrication en petites séries et à l’existence de productions artisanales d’origine locale facilement reconnaissable par leur ancrage territorial (Valceschini et Torre, *Op. Cit.*).

En effet, les IGPIA sont pour la plupart composées d’entreprises de type TPE/PME, la qualité étant au cœur de leur stratégie de production. Le lien au territoire est incontestable, en effet, le cahier des charges stipule un lien causal entre le produit et le territoire pour l’homologation du produit. De plus, l’utilisation de ressources ancrées dans le territoire ajoute une légitimité supplémentaire dans le lien des IGPIA au territoire. Cependant, nous le verrons par la suite, mais les ressources peuvent venir de l’extérieur de l’aire de production, néanmoins, les savoir-faire employés par les entreprises sont ancrés localement, certains depuis plusieurs siècles.

Les IGPIA peuvent donc mobiliser des logiques d’ancrages, cependant, quel type d’ancrage est mobilisé par les entreprises, est-ce un ancrage par les ressources ? Un ancrage historique ? Ou bien un ancrage par les savoir-faire employés par la profession ? C’est ce que nous allons tenter d’expliquer dans la prochaine partie.

## La mise en politique des IGPIA et la géographie de ses productions à l'heure actuelle

### 3.1 Les IGPIA : objectif et enjeux

Selon Crague et Levratto (2022, p. 1), « *la pandémie de Covid-19 a agi comme un puissant révélateur des risques associés à la mondialisation et des conséquences du mouvement de dérégulation de l'économie* ». La réindustrialisation se doit donc de recentraliser les questions d'économie et de développement local en accompagnant les entreprises à croître au sein de notre territoire. Les IGPIA seraient une des solutions à la mondialisation en valorisant les productions issues des savoir-faire des territoires qui les composent et donc en relançant une dynamique de relocalisation des firmes et de développement économique des territoires par la création de territoires de la qualité.

Les entreprises industrielles et artisanales françaises font partie du fleuron de l'économie, et leurs rayonnements au niveau national comme à l'international ne cessent de faiblir. En effet, le patrimoine industriel et artisanal de l'hexagone a acquis une réputation non négligeable depuis près de deux cents ans pour certaines productions, de plus, Ruffieux et Valceschini nous informent que « *la production artisanale et la production industrielle conservaient, dans leurs caractéristiques techniques et culturelles, une proximité avec la production domestique* » en ce sens que jadis, les consommateurs avaient une connaissance des produits plus forte qu'aujourd'hui, ce qui exacerbe encore plus l'intérêt porté à la production (Ruffieux et Valceschini, 1996, p. 134-135). Aujourd'hui, il y a une méconnaissance des processus de production dus dans la plupart des cas à une complexification des processus industriels. Les IGPIA ont comme objectifs de redonner leurs lettres de noblesse à des productions qui pâtissent d'un manque de visibilité ou à l'inverse, d'une telle reconnaissance que les productions tombent dans le domaine commun et/ou sont victimes de contrefaçons et concurrences déloyales, tout en gardant une certaine proximité entre consommateurs et producteurs artisans et/ou industriels.

Ces productions homologuées par l'INPI comme introduites en début d'article sont diverses et variées et reflètent (ou commencent à refléter) le paysage industriel et artisanal français. Les productions homologuées présentent un éventail complet du savoir-faire et de l'histoire de l'industrie française allant des granits et autres pierres de construction (granit de Bretagne, Pierre d'Arudy...), aux petites productions locales dépeignant les pratiques artisanales locales (Siège de Liffol, Poterie d'Alsace...), sans oublier les productions iconiques du savoir-faire français reconnues à l'international (porcelaine de Limoges, savon de Marseille (non homologués)...).

Dans les lignes qui suivent, nous nous intéresserons à une présentation de ces productions afin d'avoir un aperçu plus détaillé des ressources utilisées et de leurs aires de délimitation dans le but de comprendre les enjeux et rôles des IGPIA dans la réindustrialisation de la France.

Treize IGPIA ont été recensées dernièrement sur le site de l'INPI<sup>4</sup>, comme nous pouvons le voir sur la cartographie ci-dessous, les aires de délimitations sont variées et reproduisent dans la plupart des cas les frontières administratives d'un département ou d'une région. Pour les plus petites indications, l'aire de délimitation s'étend sur quelques communes représentant le bassin de production de l'indication.

---

<sup>4</sup> <https://base-indications-geographiques.inpi.fr/fr/toutes-les-ig>

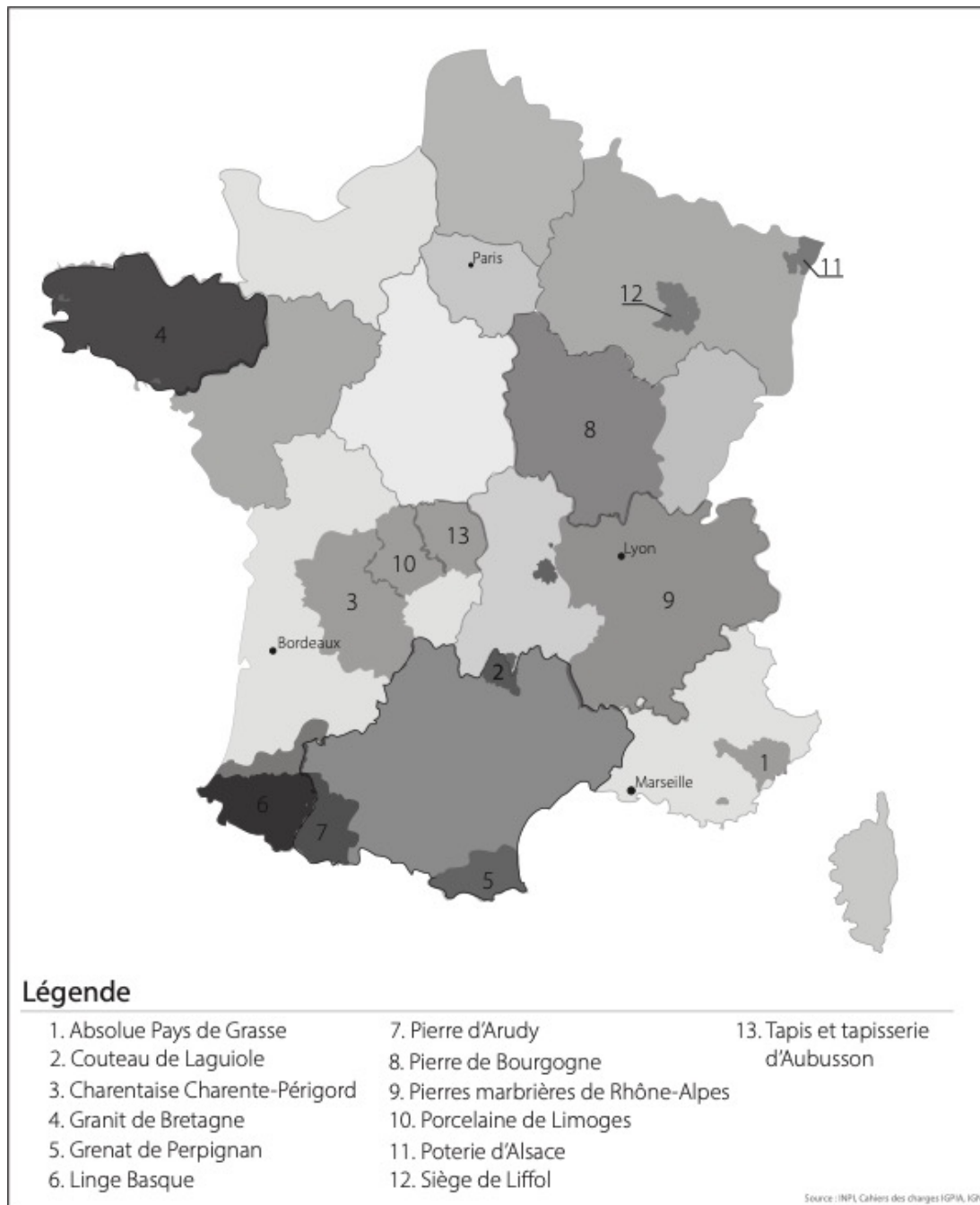


Figure 1 : Cartographie des IGPIA – Source : les auteurs

Ces premiers éléments visuels peuvent nous donner une idée des ressources exploitées par l'entreprise, ce qui nous donnera des éléments quant à l'implantation des industries et donc aux logiques d'ancrage potentiellement utilisées par les entreprises.

A *contrario* des aires de délimitations des productions labellisées alimentaires, les aires de délimitations pour les produits industriels et artisanaux font plus appel au savoir-faire et à une technique de production qu'à un terroir. Comme nous pouvons le voir sur la carte, de nombreuses productions ont des aires de délimitations qui correspondent au découpage administratif actuel, que ce soit des départements ou des régions, cependant, quelques productions semblent avoir des aires de délimitations plus « originale »<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Si nous nous en tenons à la définition des règlements européens 1151/2012 du 21 novembre 2012 et 1308/2013 du 17 décembre 2013, ils stipulent que les cahiers des charges définissent - dans le cas des appellations - une zone géographique ou

Ces logiques territoriales pourraient s'expliquer par le fait de la présence des ressources et savoir-faire historique sur les aires de délimitation. Nous pourrions expliquer la création des aires de délimitations des productions sous plusieurs aspects. Certaines productions se basent alors sur la présence de ressources. Par exemple, pour la poterie d'Alsace, la forêt d'Haguenau a favorisé l'installation des potiers dans cette zone riche en bois pour la ressource massive en combustible, utile pour les potiers, et comme stipulé dans le cahier des charges de la poterie d'Alsace, « *Ces sols peu propices à l'agriculture et la proximité d'importantes réserves de bois et d'argile réfractaire constituaient des conditions favorables à l'essor de l'artisanat de la céramique* ». Un autre exemple, celui de l'Absolue Pays de Grasse, nous indique que la délimitation géographique de cette production a été formée par la présence de deux activités distinctes nécessaires à la production des absolues<sup>6</sup>, la culture ou cueillette sauvage des plantes à parfum et la transformation des plantes en extraits primaires et en absolue.

Nous pouvons donc voir que la présence de deux autres facteurs permet la formation des aires géographiques, non délimitées par le découpage administratif : le facteur naturel (présence de forêts, présence de ressources naturelles sur un territoire délimité) et le facteur humain (présence d'activités nécessaires à la production d'un bien, etc.). Ces deux facteurs sont bien souvent liés à un passé historique fort de la production qui a permis le développement de l'activité.

La figure ci-dessous représente une frise chronologique des productions sous IGPIA en résumant l'historique de chaque production, de l'émergence de la ressource à son homologation auprès de l'INPI, l'aspect historique des productions est un bon point d'entrée pour juger de l'ancrage de ces productions dans les territoires. Une présentation plus complète des IGPIA se trouve en annexe (cf. Annexe 1).

---

zone de production comme le territoire sur lequel doivent se dérouler toutes les étapes de productions du produit, conformément aux conditions d'utilisation et de production prévues au cahier des charges, afin de pouvoir postuler au SIQO. La zone de production marquée doit comprendre la zone de production de la matière première (correspondant généralement à la zone désignée ou marquée) et la zone de transformation – Source : data.europa.eu – Aire géographique des SIQO.

<sup>6</sup> L'essence absolue, plus communément appelé « absolue » est un extrait naturel ou intermédiaire utilisé dans les parfums, arômes et cosmétiques – source : cahier des charge Absolue Pays de Grasse.

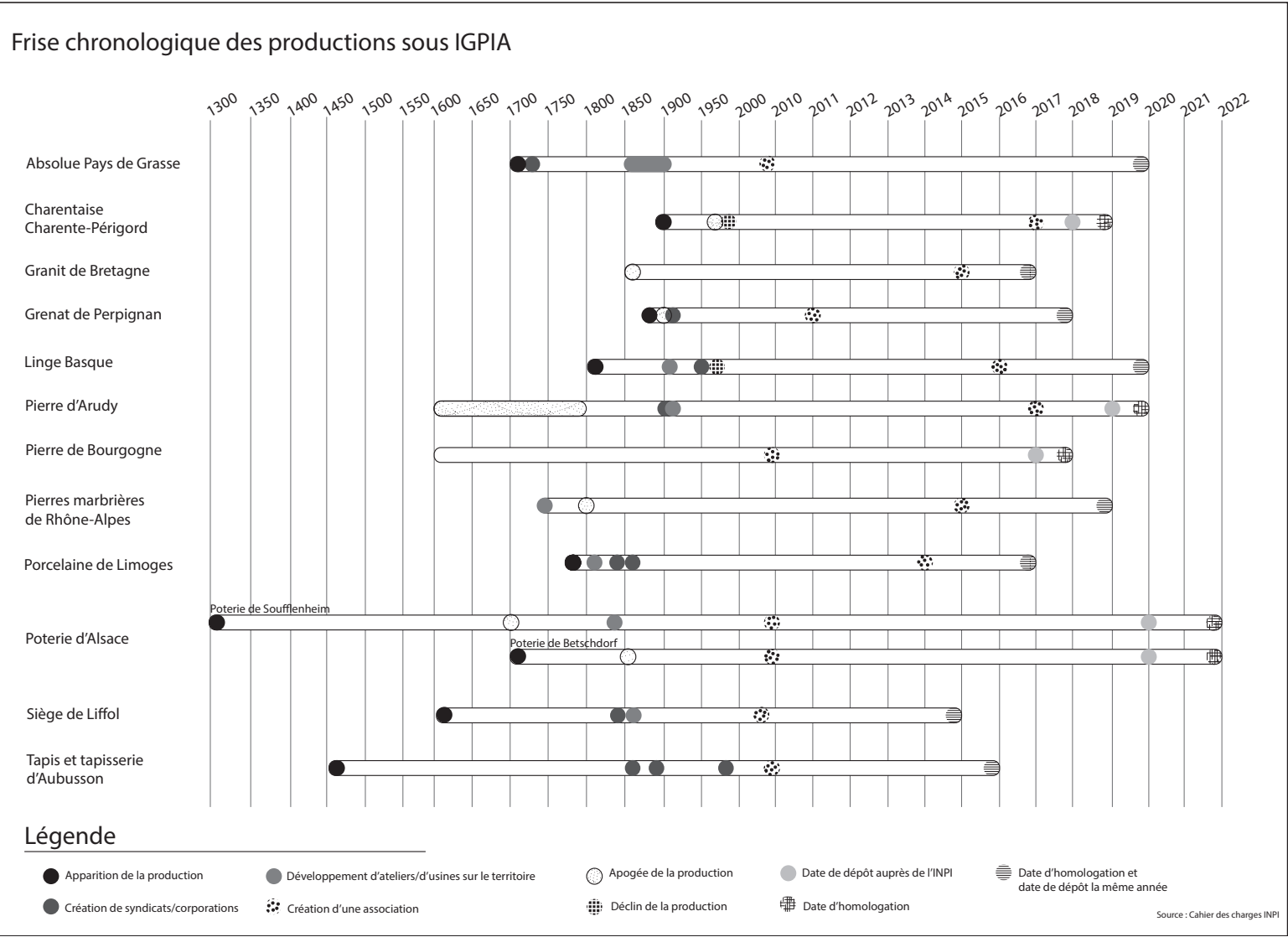


Figure 2 : Frise chronologique des productions sous IGPIA

Comme nous pouvons le voir sur cette frise chronologique, nous remarquons que les productions de pierres (pierre d'Arudy, pierre de Bourgogne, pierre marbrière de Rhône-Alpes et granit de Bretagne) ont une plus grande période entre le début de la découverte du gisement et l'homologation IGPIA, la raison réside dans le fait que la ressource est présente depuis des millénaires et dès les premières constructions en pierre, les Hommes ont commencé à utiliser cette ressource et exploiter les gisements à proximité des grandes villes. De plus, nous pouvons noter qu'il n'y a pas vraiment de découverte d'un gisement en ce qui concerne les pierres, la ressource s'est développée par l'apogée de la production et le développement d'usines, ateliers et carrières sur le territoire.

Concernant les autres productions, la composante savoir-faire est beaucoup plus mise en valeur après la découverte de la ressource. À la suite de cette phase, vient le plus souvent l'apogée de la production suivie d'une période de déclin de l'activité (pour la Charentaise Charente-Périgord et le linge Basque). Nous pouvons également observer l'émergence forte de syndicats et corporations d'ouvriers dans la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle.

Notons enfin que suite à la création des Indications Géographiques protégeant les Productions industrielles et artisanales en 2014, la période entre le dépôt de candidature auprès de l'INPI et la date d'homologation est plus ou moins longue – nous y reviendrons dans la dernière partie – mais cette période plus ou moins longue pourrait être un indicateur de l'ancrage industriel des entreprises en justifiant de la volonté des acteurs industriels à faire émerger un projet d'indication géographique.

Bien sûr, d'autres productions sont en ce moment même en train d'être étudiées pour homologations, cependant quelques productions se heurtent à des tensions entre les différentes associations souhaitant homologuer leurs productions respectives ; les exemples les plus parlants sont ceux du couteau de Laguiole - le dossier est en tractation depuis près de 3 ans et deux associations légitiment l'appropriation de la production - et le savon de Marseille - l'homologation de la production sur l'aire de Marseille mettrait à mal l'ensemble des producteurs de savon de France, car le savon de Marseille peut être produit partout en France et dans le monde.

### 3.2 Aspect méthodologique : analyse croisée des IGPIA pour comprendre les logiques d’ancrage des entreprises (typologie d’ancrage)

Par de l’analyse cartographique et grâce à une identification et un recensement de tous les acteurs composant les IGPIA, nous pouvons constater des logiques d’ancrages différentes selon les productions.

Certaines logiques de regroupement qui sont présentées vont induire une logique d’ancrage similaire, tandis que d’autres vont présenter des logiques d’ancrage dissemblables. Par exemple pour les IGPIA des tapis et tapisseries d’Aubusson la ville va être un centre rassemblant la majorité des entreprises, c’est aussi le cas pour la porcelaine de Limoges les entreprises sont regroupées dans quelques rues de cette ville comme Aubusson alors que dans d’autres productions, l’implantation est très disparate, par exemple comme sur la pierre de Bourgogne où les entreprises sont vraiment très éloignées les unes des autres occupant une vaste zone, départementale, voire régionale.

L’ancrage de ses productions peut également s’expliquer par les infrastructures nécessaires à la production industrielle et artisanale. Une filière exploitant de la pierre n’aura pas la même emprise au sol qu’un potier artisan, étant donné le fait que pour produire de la pierre, il faut, sur le territoire, la présence de carrières, et d’ateliers de façonnage disséminés sur un vaste territoire, or, un atelier d’un artisan potier pourra être relativement petit et donc la présence de nombreux potiers dans une rue d’un village peut représenter le cœur de l’activité de poterie d’un territoire. On voit donc ici que la superficie des aires de délimitation serait conditionnée par le type d’infrastructure nécessaire à l’élaboration d’un produit, donc aux types de ressources utilisées pour la production.

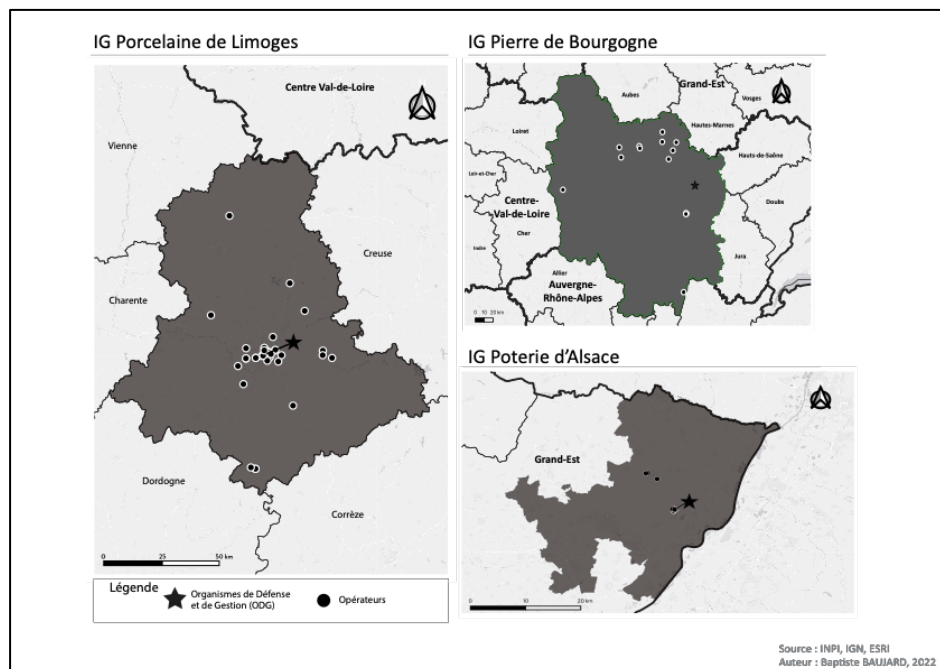


Figure 3 : Cartographie de l’implantation des entreprises sous IGPIA

Certaines productions occupent une aire beaucoup plus vaste que d'autres et leurs éloignements témoignent d'une utilisation de la ressource plus ou moins vaste dans le territoire. Nous pouvons observer que pour les petites productions (superficie inférieure à 2000 km<sup>2</sup>), la domiciliation de l'ODG est au sein d'une entreprise faisant partie de l'IGPIA. Le cas de la pierre d'Arudy est intéressant à observer, avec une moyenne des distances beaucoup plus grandes que toutes les autres productions (177,08 km), l'ODG se trouve en effet hors de l'aire de délimitation de l'IG, à savoir Bordeaux.

Nous pouvons supposer que les indications couvrant les aires géographiques les plus vastes sont occupées par des productions de "pierres", en effet, le concept de "régions naturelles" introduit par Cholley (1939, p. 41) « *corresponds (...) à une portion de la surface du globe qui se caractérise par un certain type de relief et de structure (Bassin sédimentaire, massif ancien, montagne jeune, région volcanique, etc.), résultant d'une évolution tectonique qui s'est affirmée dans un certain sens au cours de plusieurs périodes géologiques* ».

Cette ressource « pierre » est donc présente sur une plus large superficie induisant une dispersion des entreprises sur la zone d'indication.

La poterie d'Alsace comprend également des entreprises très concentrées surtout sur deux villages qui vont s'implanter sur une seule, voire deux rues, ce qui va avoir pour effet de concentrer l'activité qui va créer potentiellement des logiques d'échange d'informations. Cela peut également s'expliquer par le fait qu'il y a une rue de l'industrie dans ces villages qui sont typiques d'un village ancré dans l'histoire, du patrimoine du village.

La première observation qu'on pourrait faire de ce travail serait que les produits artisanaux et industriels sont implantés de manière à ce qu'il y ait différentes typologies de produits, par exemple, des productions seront très concentrées sur le savoir-faire, cela est représenté par une échelle géographique très restreinte alors que des produits qui font appel par exemple à des ressources naturelles qui sont présentes sur tout le territoire vont avoir une plus grande échelle géographique.

Pour des savoir-faire, l'utilisation de techniques, d'outils particuliers créés par les entrepreneurs au fil du temps va bâtir l'originalité et l'authenticité du produit, ce qui va ancrer l'entreprise au territoire.

Des productions peuvent également avoir comme objectif, un intérêt pour les IGPIA en relançant une activité par exemple pour la Charentaise de Charente-Périgord où il y a une logique de relance d'activité qu'il n'y a pas par exemple dans d'autres productions. Une logique de valorisation de la production comme pour le siège de Liffol peut justifier l'intérêt pour une homologation sous IGPIA, en effet le siège de Liffol est plus connu à l'échelle communal, voire intercommunal, mais il est moins connu à l'échelle nationale.

La protection juridique enfin est un des atouts majeurs et un argument supplémentaire pour les entreprises d'homologuer leur production. Des entreprises comme Laguiole (en cours d'homologation) ou la porcelaine de Limoges souffrent en effet de nombreuses contrefaçons dues principalement à l'utilisation de la dénomination du produit qui n'est pas protégée.

Le tableau ci-dessous résume les distances moyennes entre les entreprises et leurs Organismes de Défense et de Gestion. Bien que très diverses, elles nous permettent tout de même d'observer des similarités entre les IGPIA.

Tableau 1 : récapitulatif des distances entre les opérateurs et les Organismes de Défenses et de Gestion des IGPIA (Source : Les auteurs)

Nom IGPIA	Nombre d'opérateurs (Entreprises)	Distance moyenne à ODG (en km)	Densité d'entreprises au 100 km <sup>2</sup>	Min Entreprises ODG (en km)	Max Entreprises ODG (en km)	Superficie de l'aire d'IG (en Km <sup>2</sup> )
Absolute Pays de Grasse	8	4,12	0,31950	0,37	8,31	2 503,88
Charentaise de Charente-Périgord	5	47,82	0,03290	34,46	60,50	15 198,15
Granit de Bretagne	19	55,80	0,06919	31,90	153,07	27 459,97
Grenat de Perpignan	13	12,96	0,31393	0,89	38,61	4 140,99
Linge basque	3	3,57	0,03904	0,02	71,64	7 684,97
Pierre d'Arudy	8	177,08	0,05275	96,79	207,18	15 164,47
Pierre de Bourgogne	27	66,43	0,08549	29,97	147,94	31 582,22
Pierres marbrières de Rhône-Alpes	8	42,92	0,01789	2,46	172,75	44 727,07
Porcelaine de Limoges	28	10,62	0,50363	0,52	44,60	5 559,61
Poterie d'Alsace	12	2,45	1,24254	0,06	9,08	965,77
Siège de Liffol	7	5,59	0,37834	0,08	9,41	1 850,18
Tapis d'Aubusson	8	5,14	0,14288	0,13	8,73	5 598,96
Tapiserie d'Aubusson	6	10,50	0,10716	0,13	55,84	

## **Les composantes de l'ancrage : analyse des cahiers des charges dans une logique institutionnelle, par les ressources, par l'historicité, par des logiques spatiales**

### 4.1 Décomposition d'un cahier des charges

Servant à vérifier les critères pour l'homologation des productions, l'INPI demande aux ODG d'établir un cahier des charges. Le cahier des charges se doit de spécifier les différents processus de production ainsi que les éléments servant à juger de la légitimité du produit en lien avec son territoire.

Cette partie aura pour but de décomposer les différents éléments du cahier des charges afin d'en comprendre la logique et d'aider à l'établissement d'une typologie d'ancrage selon les différentes productions.

Le cahier des charges commence généralement par un « *preamble* », qui sert d'introduction permettant de présenter en quelques phrases les atouts de la filière, les chiffres clés ainsi que les motivations de l'homologation. Ensuite, une partie sur le nom de l'indication géographique permet premièrement de connaître l'origine du nom et à l'évidence, de connaître le nom (ou les noms) retenu que les entreprises devront apposer sur le produit pour bénéficier de l'homologation IGPIA.

La « *description du produit concerné* » inclut toutes les productions bénéficiant de l'indication géographique ainsi que leurs caractéristiques principales (description, matière première...). La partie suivante concerne la « *délimitation de la zone géographique* », partie éminemment importante étant donné qu'elle permet de justifier de l'ancrage matériel des opérateurs au territoire, en faisant apparaître une liste des communes données servant à délimiter l'aire géographique.

Afin de prétendre à une homologation IGPIA, le cahier des charges doit également faire apparaître une partie sur « *la qualité, la réputation, le savoir-faire traditionnel ou les autres caractéristiques que possède le produit concerné et qui peuvent être attribués essentiellement à cette zone géographique ou lieu déterminé ainsi que les éléments établissant un lien entre le produit et la zone géographique ou le lieu déterminé associé* ». Cette partie a pour objectif de présenter l'histoire de la production, de la filière, ainsi que de justifier du lien à la fois de l'espace, mais également du facteur humain. L'histoire du produit joue en effet un rôle capital dans l'ancrage des entreprises sur le territoire. Elle justifie d'un regroupement d'artisans, d'industriels qui ont bâti la réputation du produit et pérennisé la filière, en créant entre autres des syndicats et des associations.

Ensuite, la « *description du processus d'élaboration* » fait état de tous les processus de production nécessaires à la confection du produit.

Bien évidemment, l'« *identité de l'organisme de défense et de gestion, ses statuts, et la liste des opérateurs* » permet une présentation et une localisation de l'ODG et des opérateurs composant l'association.

Pour finir la composition du cahier des charges, plusieurs items permettent notamment de faire apparaître les aspects de contrôle et les divers points juridiques relatifs à l'établissement du cahier des charges :

- « *Les modalités de contrôles* »
- « *Les obligations déclaratives et de tenue de registre* »
- « *Les modalités de mise en demeure et d'exclusion des opérateurs en cas de non-respect du cahier des charges - Plan de traitement des manquements par Bureau Veritas certification* »
- « *Les éléments spécifiques de l'étiquetage* »
- « *Les modalités de contrôles de l'ODG* »
- « *Les annexes* »

Les statuts de l'ODG y sont présentés expliquant les rôles et missions de l'ODG, l'administration et le fonctionnement de l'organisme, ainsi que la présentation des membres constitutifs du bureau.

À la lecture du cahier des charges, nous pouvons déjà déceler quelques éléments nous permettant de mesurer l'ancrage des entreprises homologuées IGPIA et faire ressortir différents indicateurs permettant de mesurer cet ancrage, le prochain point nous permettra de détailler ces indicateurs.

## 4.2 Indicateurs des mesures d'ancrages pour les IGPIA

Comme nous l'avons vu précédemment, les productions homologuées IGPIA bénéficient de formes diverses d'ancrage. Dans cette partie, notre but sera de qualifier ces formes d'ancrages en comparant chaque production en réalisant une approche croisée des différentes mesures d'ancrage que nous aurons relevées.

Suite à une analyse des cahiers des charges des productions sous IGPIA ainsi qu'une analyse du tableau « récapitulatif des distances entre les opérateurs et les Organismes de Défenses et de Gestion des IGPIA » (cf. Tableau 1), nous avons relevé différentes approches susceptibles d'induire des logiques d'ancrages :

- *Approche par les ressources naturelles*

Les ressources - qu'elles soient tangibles ou intangibles - sont fondamentales dans l'ancrage des entreprises, en effet, dans le cas des IGPIA, toutes les entreprises font appel à des ressources puisées dans le territoire, à l'origine en tout cas, car avec une demande de plus en plus forte et une matière première de plus en plus faible, certaines productions ont été contraintes d'aller chercher les ressources à l'extérieur de l'aire de délimitation, que ce soit à l'échelle nationale ou internationale, pour notre analyse, nous mesurerons la capacité des entreprises à utiliser des ressources prélevées dans le territoire, si une entreprise puise ces ressources à l'extérieur de l'aire délimitée elle aura un taux faible et plus la ressource sera près des entreprises, plus le taux sera élevé.

- *Approche par le processus d'historicité*

L'histoire du produit et son origine relèvent d'un ancrage fort pour les productions. Par cette approche, l'idée est de jauger l'ancrage des entreprises en mesurant depuis combien de temps la production a émergé sur le territoire. Bien sûr, la mesure de cet indicateur devra être corrélée avec les autres indicateurs pour déterminer réellement l'ancrage d'une production sur le territoire.

- *Approche par les savoir-faire*

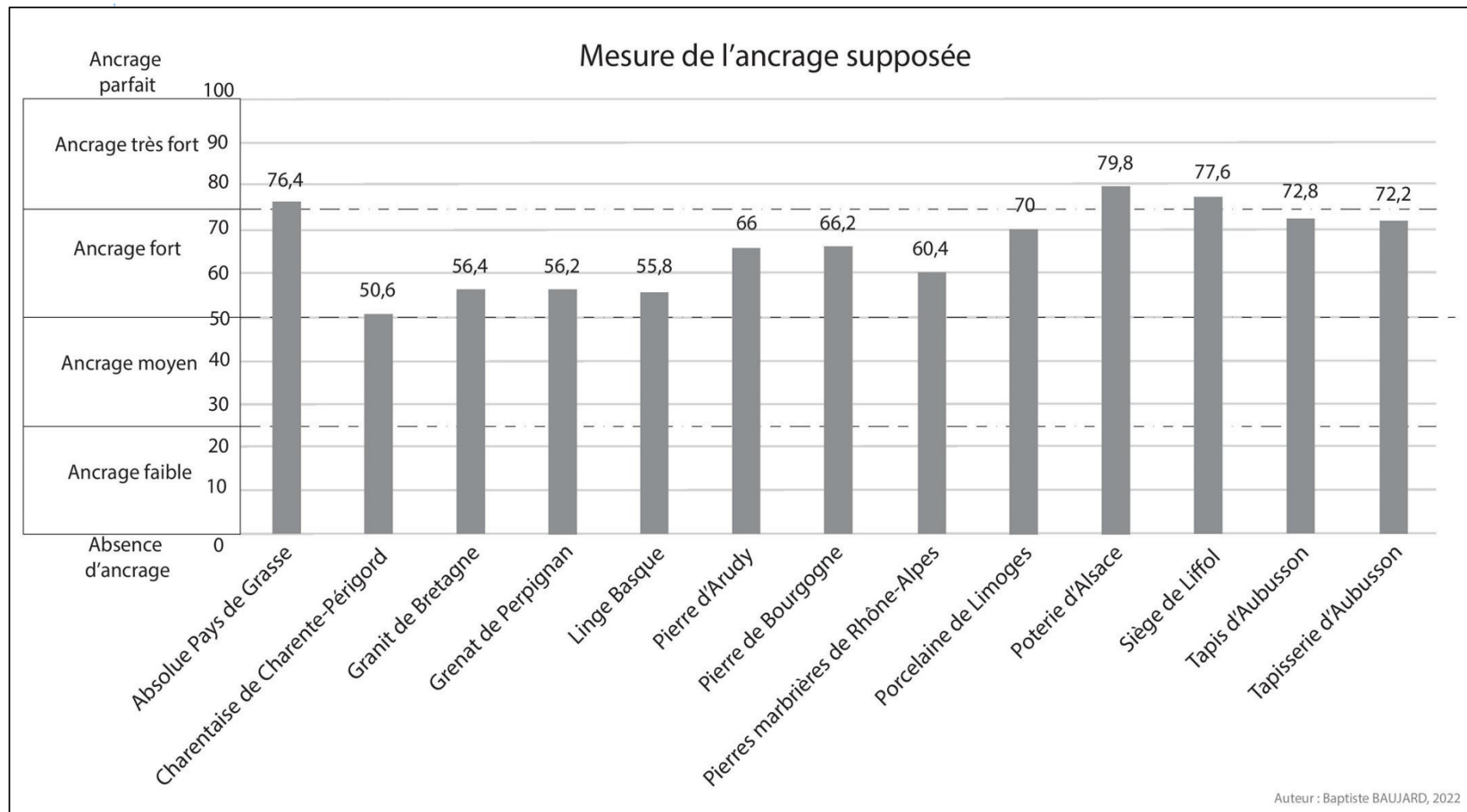
Nous l'avons vu, les ressources permettent de qualifier une production et participent à son rayonnement, cependant, certaines productions ont acquis, au fil des années, des savoir-faire uniques et non délocalisables. Le besoin en ressources se substitue alors au profit des savoir-faire acquis année après année.

- *Approche par la volonté d'émergence du projet*

En lien avec le processus d'historicité, la volonté d'émergence du projet est mesurée par la capacité des acteurs à mener rapidement le processus d'homologation, de la création de l'association jusqu'à l'homologation. Plus une filière mettra en place rapidement un projet d'homologation, plus leur volonté sera forte.

- *Approche par le modèle spatial*

Cette approche consiste en une analyse des densités d'entreprises (ou opérateurs) dans l'aire délimitée par rapport à la superficie de la zone étudiée ramenée à un carré de 100 kilomètres pour des raisons de cohérence. Une fois la densité d'entreprises au 100 km<sup>2</sup> calculé, le nombre a été multiplié par 100 dans le tableau ci-dessous afin de pouvoir être pris en compte dans l'analyse.



Graphique 1 : Mesure de l'ancrage supposée

Pour le calcul des résultats, nous avons opté pour une mesure des taux d'ancrage en additionnant les résultats de chaque indicateur puis en divisant le résultat obtenu par 5, le résultat obtenu sera donc compris de 0 à 100 et pourra nous permettre de connaître l'ancrage de chaque production. Ci-dessous se trouve la jauge d'ancrage obtenue pour qualifier l'ancrage d'une production.

- **0 - absence** : Lorsqu'une entreprise à 0, cela signifie que l'ancrage est inexistant, ce qui est pratiquement impossible dans le cas de ces entreprises, car l'ancrage supposé est une condition *sine qua non*.
- **1-25 - faible** : Un ancrage faible induit une récolte des ressources en dehors de l'aire de délimitation voire en dehors de la France, ou bien d'un savoir-faire commun et délocalisable facilement dans d'autres secteurs.
- **25-50 - moyen** : Un ancrage moyen suppose qu'au moins une des conditions est largement respectée afin de mesurer les indicateurs d'ancrage, cela peut être une très forte volonté des ODG à faire émerger le projet ou bien des ressources naturelles au sein même de la zone de production.
- **50-75 - fort** : Un ancrage est fort quand deux indicateurs sont respectés afin de mesurer l'ancrage.
- **75-99 - très fort** : L'ancrage est très fort lorsque quasiment tous les indicateurs sont au-dessus de 75, ce qui induit un fort ancrage de la production.
- **100 - ancrage parfait** : Un ancrage parfait désigne que la production répond à toutes les mesures d'ancrage avec des indicateurs proches de 100 et implique une très forte volonté des acteurs à faire évoluer la production.

Nous pouvons constater dans le graphique ci-dessus (cf. Figure 5) que l'ensemble des productions sous IGPIA possèdent un « *ancrage fort* » avec un taux donc supérieur à 50, cependant, nous observons que quelques Indications Géographiques sortent du lot et obtiennent un taux supérieur à 75, ce qui signifie un « *ancrage très fort* » à savoir, l'Absolue Pays de Grasse, la poterie d'Alsace, le siège de Liffol et les tapis et tapisseries d'Aubusson.

En analysant plus spécifiquement deux productions dont la force de l'ancrage est opposée, c'est-à-dire la Charentaise de Charente-Périgord (ancrage fort et taux de 50,6) et la Poterie d'Alsace (Ancrage très fort et taux de 79,8), nous pourrions comprendre les logiques d'ancrages permettant à la Poterie d'Alsace d'avoir un taux plus élevé.

Premièrement, la Charentaise de Charente-Périgord, riche d'une histoire industrielle forte avec une utilisation des chutes et rebuts de feutres servant à la presse de papier, la fabrication de la Charentaise de Charente-Périgord utilise des matières premières ne nécessitant d'aucune limitation géographique mis à part pour la fabrication de la semelle, qui utilise des matières premières originaires de France et d'Europe - que la semelle soit en feutre ou en cuir -. Disposant de peu d'opérateurs (15 entreprises pour une superficie de plus de 15 000 km<sup>2</sup>), le modèle spatial

est donc plus bas et l'utilisation de la ressource naturelle est moindre que les autres productions, justifiant son classement en bas du tableau.

*A contrario*, la poterie d'Alsace, très ancienne dans l'histoire des productions sous IGPIA, l'origine des ressources naturelles est cependant assez faible, utilisant des ressources puisées à l'international dû à l'intensification de la production tout au long de ses 722 ans d'existence et à la raréfaction de la ressource dans son territoire d'origine.

Avec le modèle spatial le plus élevé de l'analyse (taux de 124 avec une moyenne des taux de 27,6) dû à un grand nombre d'opérateurs pour une petite superficie (12 opérateurs pour une superficie de 965 km<sup>2</sup>), cela justifie sa position comme tête de liste avec un ancrage très fort.

Bien évidemment, ces calculs de taux sur l'ancrage des entreprises ne justifient en rien une quelconque baisse de qualité des productions et sur l'authenticité des savoir-faire ainsi que sur le professionnalisme de ces acteurs pour leur production, mais il tend à s'interroger sur les formes d'ancrages selon le type de production et leur implantation géographique.

Nous pourrions également nous poser la question de la superficie des productions sous IGPIA et de leurs ancrages plus ou moins forts. En effet, les trois productions disposant d'un ancrage très fort, à savoir l'Absolue Pays de Grasse, la Poterie d'Alsace et le Siège de Liffol, sont les trois productions avec les aires géographiques les plus petites (moins de 3000 km<sup>2</sup>). La raison de la force de l'ancrage concomitant avec la superficie des zones de production pourrait nous donner des informations sur les liens qu'entretiennent les producteurs entre eux. Nous pourrions mettre à profit la notion de stratégie collective, qui peut être perçue, comme concept théorique, comme se situant au niveau d'un écosystème d'entreprises interdépendantes (Astley et Fombrun, 1983 ; Bresser, 1988 dans Renard et *al.*, 2020, p. 88).

La stratégie collective permet à l'entrepreneur de *mobiliser le capital social, les ressources d'un collectif ou d'une communauté* (Loup, 2003, p. 197). En effet, « *si une entreprise choisit de s'inscrire dans l'action collective, cela souligne qu'elle a accepté « l'encastrement social » (Granovetter, 1985) des relations de concurrence* » (Loup, *Op. Cit.*)

L'ancrage territorial pourrait donc s'avérer plus fort en présence d'acteurs mobilisant des stratégies collectives et bénéficiant de ressources et capital social mis en place par le collectif et les Indications Géographiques protégeant les Productions industrielles et artisanales, disposant de différents modèles spatiaux avec différents types de productions, les logiques spatiales se trouvant donc disjointes.

Dans le cas des métiers d'art, très présent dans les productions sous IGPIA, le collectif est en effet, un élément déterminant pour comprendre l'ancrage de ces entreprises. Effectivement, bon nombre d'artisans se regroupent que ce soit dans des villes, des villages ou des quartiers et « *le collectif en tant qu'organisation peut développer des actions, mettre à disposition des ressources dont les entreprises peuvent se saisir* » (Loup & Leyronas, 2021, p. 52).

## Conclusion

Nous l'avons vu dans cet article, ces productions suscitent un fort intérêt pour les collectivités ainsi que pour les consommateurs, elles sont ancrées à la fois par leurs implantations, mais également par leurs attachements à un territoire qui leur a permis de se développer tout en gardant leurs identités. Bien évidemment, toutes les productions sous IGPIA ont une spécificité et un lien très fort avec leurs territoires et avec la communauté. En effet, la France regorge de productions susceptibles d'être homologuées par l'INPI et les acteurs industriels et les acteurs locaux devraient se saisir de ces outils afin de faire bénéficier à des productions iconiques, des productions locales, qui ont fait la richesse du territoire, d'un outil juridique permettant également la mise en valeur industrielle et artisanale dans le but de développer économiquement les territoires et valoriser les productions.

L'ancrage territorial est finalement une des conditions requises pour que les entreprises prétendent à une homologation IGPIA. Les entreprises devant effectuer l'ensemble du processus de production dans la zone délimitée permettent donc un fort attachement à la zone de production. Cette finalité peut être atteinte de différentes manières, soit par des savoir-faire entretenus depuis longtemps, soit par une réputation acquise au fil des années conférant au produit un statut de produit appartenant au territoire ou bien encore par des ressources locales qui permettent à la production d'obtenir une spécificité unique sur le territoire.

Nous pourrions bien évidemment parler des contrefaçons vendues par des groupes criminels comme la Mafia qui ont fait de la contrefaçon une de leurs principales activités étant donné les *“faibles peines encourues dans un secteur peu réglementé”* (Calvini S. in Le Monde, 2007). Avec comme toile de fond les risques de plus en plus grandissants des contrefaçons et usurpations de noms et de l'image en provenance notamment de Chine – et par les mafias comme mentionnées précédemment – les labellisations par les IGPIA permettrait de contrer ces fléaux qui ternissent la réputation et l'image de marque des productions industrielles et artisanales et causent un flou auprès des consommateurs jusque dans les plus hautes sphères de l'État – des faux mugs estampillés *“Porcelaine de Limoges”* ont été vendus dans la boutique officielle de l'Élysée (*Elysée : des mugs faussement estampillés porcelaine de Limoges*, 2018) – ce qui prouve l'ampleur du problème et les enjeux que cela suppose. En effet, ces contrefaçons – qui peuvent être perçues quelque part comme une *“rançon du succès”* (Briot E., 2014) – permettent néanmoins aux entreprises d'enclencher des leviers d'actions en construisant leurs identités, par exemple, sur des éléments non reproductibles de la valeur (savoir-faire, histoire...) (Briot E, *Op. Cit.*).

Depuis des années, la France a rapidement fait acte de la nécessité d'une protection pour les produits industriels et artisanaux. En effet, suite au *« dénombrement d'un peu plus de 800 produits artisanaux qui pouvaient à terme être fortement concurrencés à l'échelle internationale »* (Dedeire, 2018, p. 88), les pouvoirs publics ont jugé nécessaire une protection par un dispositif *clair et efficace*. Au-delà de la France, l'Europe est en train de mettre en place un outil de protection juridique pour les produits industriels et artisanaux. Ce serait ainsi des milliers de produits qui pourraient, à terme, bénéficier d'une protection contre la concurrence et les contrefaçons en redonnant une légitimité aux producteurs souhaitant valoriser leurs productions.

Comme nous l'avons vu, certaines productions pourraient se saisir d'outils comme le programme "territoires d'industrie" afin de développer leur activité, en formant du personnel, créant de nouveaux espaces de productions, etc. La réindustrialisation est un enjeu majeur dans la politique économique française et la valorisation de production locale permettrait de répondre en partie à ces problématiques de mondialisation.

## Références bibliographiques

- Angeon, V., & Vollet, D. (2008). Spécificité des produits et développement territorial. L'exemple paradoxal du panier de biens en émergence de l'Aubrac. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, novembre(4), 591-615.
- Banat, R., & Ferguène, A. (2009). Construction territoriale et développement local : L'exemple d'Alep en Syrie. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, novembre (4), 683-710. <https://doi.org/10.3917/reru.094.0683>
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. (2001). The Resource-Based View of the Firm. *Journal of Management*, 27. <https://doi.org/10.1177/014920630102700601>
- Becattini, G. (1979). Dal 'settore' industriale al 'distretto' industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale. *Rivista di Economica e Politica Industriale*, 5(1), 7-21.
- Bousquet, F. (2014). *L'influence du lien personnel entre l'entrepreneur et le territoire sur l'ancrage territorial des PME*. Université de Bordeaux.
- Boltanski, L., & Esquerre, A. (2017). *Enrichissement, une critique de la marchandise* (Gallimard).
- Briot, E. (2014). Chapitre 6. La contrefaçon, miroir des valeurs de marque. Dans : Eugénie Briot éd., *Marketing du luxe: Stratégies innovantes et nouvelles pratiques* (pp. 107-125). Caen: EMS Editions. <https://doi.org/10.3917/ems.briot.2014.01.0107>
- Cholley, A. (1939). Régions naturelles et régions humaines. *L'Information Géographique*, 4(2), 40-42. <https://doi.org/10.3406/ingeo.1939.5013>
- Colletis, G., & Pecqueur, B. (1993). Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes : Vers de nouvelles rencontres productives ? *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 3, 489-508.
- Comité 21. (2010). *Comment réussir l'ancrage territorial de son entreprise ? Ou comment être une entreprise citoyenne en partenariat avec les acteurs de son territoire ?* (p. 4) [Fiche repère RSE]. Comité 21.
- Conseil National de l'Alimentation. (2008). *Avis sur la mise en œuvre de la réforme des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et agroalimentaires* [Avis].
- Coppin, O. (2002). Le milieu innovateur : Une approche par le système. *Innovations*, 16(2), 29-50. <https://doi.org/10.3917/inno.016.0029>
- Courlet, C. (2002). Les systèmes productifs localisés : Un bilan de littérature. *Le local à l'épreuve de l'économie spatiale : Agriculture, environnement, espaces ruraux, Études et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, 216 p.
- Crague, G., & Levratto, N. (2022). Au-delà de la relocalisation de l'industrie : La ville productive. *Métropolitiques*, 5.

Crevoisier, O. (2003). Économie, territoire et durabilité : approche par les milieux innovateurs. In A. Da Cunha, & J. Ruegg (Eds.) *Développement durable et aménagement du territoire*. (pp. 65-82). Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes.

Dedeire, M. (2018). *Aménagement rural et qualification territoriale : Les indications géographiques en France et en Europe* (Peter Lang, Vol. 17).

Delfosse, C., Estève, C., & Rieutort, L. (2019). *Chapitre 8. La laine, du sous-produit à la ressource territoriale ?* Educagri éditions. <http://www.cairn.info/humains-et-animaux-dans-les-agricultures--9791027503551-page-139.htm>

Desouches, O. (2018). Luc Boltanski, Arnaud Esquerre, Enrichissement. Une critique de la marchandise. Paris, Gallimard, coll. NRF essais, 2017, 672 pages. *Questions de communication*, 34(2), 348-350. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.16446>

*Elysée : Des mugs faussement estampillés porcelaine de Limoges*. (2018, septembre 15). Valeurs actuelles. <https://www.valeursactuelles.com/politique/elysee-des-mugs-faussement-estampilles-porcelaine-de-limoges>

Frayssignes, J. (2001). L'ancrage territorial d'une filière fromagère d'AOC. L'exemple du système Roquefort. *Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires*, 264(1), 89-103. <https://doi.org/10.3406/ecoru.2001.5259>

Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. <https://doi.org/10.1086/228311>

Hirczak, M., Dedeire, M., Razafimahefa, L., & Chevalier, P. (2013). Systèmes de qualité et trajectoires agricoles : Une approche spatiale des disparités et des convergences en France, Italie et Espagne. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 1, 11-35. <https://doi-org.ezpupv.biu-montpellier.fr/10.3917/reru.131.0011>

Karpik, L. (2013). Éléments de l'économie des singularités. In *Traité de sociologie économique* (p. 163-206). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.stein.2013.01.0163>

*La contrefaçon est devenue une activité majeure des mafias*. (2007, décembre 14). *Le Monde.fr*. [https://www.lemonde.fr/economie/article/2007/12/14/la-contrefacon-est-devenue-une-activite-majeure-des-mafias\\_989870\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2007/12/14/la-contrefacon-est-devenue-une-activite-majeure-des-mafias_989870_3234.html)

Lacroix, P. (2018). *Contribution à une socio-économie des singularités de la formation professionnelle*. 22.

Lamara, H. (2009). Les deux piliers de la construction territoriale : Coordination des acteurs et ressources territoriales. *Développement durable et territoires*. Économie, géographie, politique, droit, sociologie. <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.8208>

Le Gall, S., Bougeard-Delfosse, C., & Gentric, M. (2013). Les leviers stratégiques de l'ancrage territorial : Le cas de SAUR dans la région Ouest. *Géographie, économie, société*, Vol. 15(4), 365-384.

Loup, S. (2003). Les petites entreprises des métiers d'art. *Revue française de gestion*, n°144(3), 195-209.

Loup, S., & Leyronas, C. (2021). L'ancrage territorial : Proposition d'une grille d'analyse. Une application aux artisans d'art de Pézenas. *Question(s) de management*, 33(3), 49-60. <https://doi.org/10.3917/qdm.213.0049>

Marshall, A. (1919). *Industry and Trade*. 679.

Muchnik, J., Requier-Desjardins, D., Sautier, D., & Touzard, J. M. (2007). Les systèmes agroalimentaires localisés (SYAL) : Introduction. *Économie et Sociétés*, 29, 1465-1484.

Pecqueur, B. (2000). *Le développement local : Pour une économie des territoires* (Syros).

Penrose, E. (1995). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0198289774.001.0001>

Perrier-Cornet, P. (2009). Les systèmes agroalimentaires localisés sont-ils ancrés localement ? Un bilan de la littérature contemporaine sur les Syal. In *Politiques agricoles et territoires* (p. 49-68). Éditions Quæ. <https://doi.org/10.3917/quæ.aube.2009.01.0049>

Prévoit, F., Brulhart, F., & Guieu, G. (2010). Perspectives fondées sur les ressources. Proposition de synthèse. *Revue française de gestion*, 204(5), 87-103.

Renard, L., Cloutier, L., Picaud-Bello, K. & Stevens, E. (2020). Émergence et formation de routes touristiques à thème : apports des concepts de stratégie collective et d'entrepreneuriat collectif. *Management & Avenir*, 116, 85-106. <https://doi.org/10.3917/mav.116.0085>

Roux, E., Vollet, D., & Pecqueur, B. (2006). Coordinations d'acteurs et valorisation des ressources territoriales. Les cas de l'Aubrac et des Baronnie. *Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires*, 293, 20-37. <https://doi.org/10.4000/economierurale.776>

Ruffieux, B., & Valceschini, E. (1996). Biens d'origine et compétence des consommateurs : Les enjeux de la normalisation dans l'agro-alimentaire. *Revue d'économie industrielle*, 75(1), 133-146. <https://doi.org/10.3406/rei.1996.1611>

Salais, R., & Storper, M. (1993). Les mondes de production (enquête sur l'identité économique de la France). *Civilisations et sociétés*, édition HESS.

Sarrazin, F. (2016). Les systèmes productifs localisés. In *La construction sociale des bassins de production agricole* (p. 73-94). Éditions Quæ. <https://www.cairn.info/la-construction-sociale-des-bassins-de-production--9782759225354-p-73.htm>

Valceschini, E., & Torre, A. (2002). Politique de la qualité et valorisation des terroirs. *Educagri, Agriculteurs, ruraux et citoyens : les mutations des campagnes françaises*, 20.

Zimmermann, J.-B. (2005). Entreprises et territoires : Entre nomadisme et ancrage territorial. *La Revue de l'Ires*, n° 47(1), 21-36.