



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



Les appellations d'origine contrôlée

René Renou¹

¹ Vice-President du Comité National Vins et Eaux-de-vie de l'INAO, Président du Comité Régional du Val de Loire, France

Contribution appeared in Sylvander, B., Barjolle, D. and Arfini, F. (1999) (Eds.) "The Socio-Economics of Origin Labelled Products: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects", proceedings of the 67th EAAE Seminar, pp. 25 - 29

October 28-30, 1999

Le Mans, France



UNIVERSITA' DEGLI
STUDI DI PARMA

Copyright 1997 by Renou. All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

Lecture

Les appellations d'origine contrôlée

René RENOU

*Vice-Président du Comité National Vins et Eaux-de-vie de l'INAO
Président du Comité Régional du Val de Loire
France*

Le propos que je vais tenir devant vous présente une caractéristique essentielle à mes yeux en réaction à ce qu'on peut entendre sur l'origine et la qualité. Il y a un débat un peu récurrent lorsque l'on parle d'origine et d'appellation d'origine. L'appellation d'origine ne se réduit pas à la notion de qualité. Je serais même tenté de dire que lorsqu'on parle d'appellation d'origine contrôlée, on parle d'autre chose que de qualité. C'est une notion qui est essentielle, pour les productions agricoles.

L'APPELLATION D'ORIGINE CONTRÔLÉE, UN CONCEPT FORT QUI TRANSCENDE LA NOTION DE QUALITÉ ET CELLE DE PROVENANCE DU LIEU DE PRODUCTION

En 1935 est né, pour les vins, le concept d'appellation d'origine contrôlée, et il s'est étendu en 1990, aux produits laitiers, essentiellement les fromages et aux produits agro-alimentaires qui sont donc ni vins, ni fromages. On peut citer : la lentille du Puy, le taureau de Camargue, etc. Pour que les choses soient claires et pour que les débats soient constructifs, il faut avoir les mêmes définitions lorsque nous employons les mots. Il est important pour ne pas tromper le consommateur

que les mots recouvrent un sens précis. Donc, il convient d'abord de définir ce que sont provenance et origine. Je remercie d'avance les interprètes dans cette salle pour l'effort qui leur est demandé parce que cette nuance sémantique n'est pas aisément traduisible en anglais. J'espère être compris de tous malgré l'obstacle des langues maternelles, parce que les concepts de provenance et d'origine sont essentiellement différents.

La provenance, c'est l'indication d'un lieu d'où vient un produit, sans lien entre le produit et le lieu. Le fait qu'un modèle de voiture d'une même marque soit "made in Taiwan" ou "made in France", n'aura aucune incidence sur la voiture qui sera rigoureusement la même. Le lieu de fabrication est donc neutre.

Si on parle d'origine, c'est à l'inverse qu'il y a un lien étroit entre le produit et le lieu d'où il provient. L'influence du lieu est donc déterminant sur le produit, c'est-à-dire que le produit aura des caractéristiques qui seront étroitement liées à son origine, à l'endroit d'où il est produit. Si on veut reproduire la même chose dans un autre lieu, on ne pourra pas le faire. Là réside bien la notion d'origine. Ce qui fait qu'un produit est d'appellation d'origine contrôlée, c'est qu'il tire une spécificité

organoleptique particulière liée au lieu de production et non pas une qualité qui pourrait être tout à fait standard, parce que les produits agricoles et industriels doivent être tous de qualité.

En matière de qualité en effet, l'appellation d'origine contrôlée ne se distingue pas des autres productions. Ce qui distingue l'AOC de tous les autres systèmes de production, c'est de mettre en lumière le lien fort entre le lieu de production et le produit lui-même. La conséquence, c'est que plus le lien est fort entre le produit et le lieu, plus on est en accord avec la notion d'origine. Moins le lien est fort entre le produit et le lieu, plus il convient d'utiliser la notion de provenance. Si je me permets d'être un peu insistant sur ces deux notions, c'est parce qu'on entend dans tous les séminaires, conférences, et lieux de réflexions un amalgame de ces deux concepts et il me semble que c'est de nature à déformer toute la qualité des échanges qui peuvent être faits dans ces cadres de réflexions.

L'INDICATION GÉOGRAPHIQUE LIÉE À L'AOC EST UNE PARTIE INTÉGRANTE DU PATRIMOINE PUBLIC, C'EST UN SIGNE FORT ET LOYAL POUR LE CONSOMMATEUR

Je ne peux pas parler de la notion de provenance et d'origine, sans parler du nom géographique, parce que cela va m'amener à vous parler de l'appellation d'origine de façon sans doute plus compréhensible. Le nom géographique appelle une autre définition sur laquelle il faut que tout le monde soit bien d'accord : c'est l'empreinte la plus spécifique d'un lieu. En effet, le nom géographique est issu de l'histoire, il est l'expression parfaite de l'originalité du lieu puisqu'il est forgé au fil des siècles, il marque la spécificité et la différence avec les autres lieux. Cette donnée historique pouvant être ou non complétée de données géographiques particulières. En tout état de cause, elle est aussi spécifique. Ainsi on ne peut imaginer que le nom de la commune où je suis né, et qui s'appelle Thouarcé, soit supprimé pour s'appeler Paris ou Nappa Valley, simplement parce que les habitants considèrent un autre nom plus porteur en terme d'image. Le nom géographique est donc bien un lien indéfectible avec son lieu, puisqu'il est en caractéristique la spécificité. Et pourquoi est-ce que je vous parle du nom géographique ? Eh bien, précisément parce que le produit d'AOC ne peut exister s'il n'est pas

produit dans ce lieu même, parce que le lien fort entre le nom géographique, le terroir et le produit va construire cette spécificité.

Naturellement les appellations d'origine contrôlée portent le nom des terroirs sur lesquels ils sont produits. C'est pour cela qu'une appellation d'origine va être Romanée-Conti, Saint-Emilion, etc. Toutes les appellations d'origine contrôlée ont comme liens, comme moyens de reconnaissance, le nom du lieu sur lequel ils sont produits. C'est la logique évidente de la notion d'AOC, c'est pour cela qu'ils portent le nom géographique.

MAIS L'USAGE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES NE DOIT PAS ÊTRE "DÉVOYÉ"

C'est pour cela aussi que le nom géographique est inaliénable et qu'il se distingue en cela d'une marque. On ne peut pas faire de confusions non plus entre le nom géographique et la marque, parce que la marque peut reproduire ailleurs, dans plusieurs endroits, un même produit. L'AOC ne peut être produite que dans son lieu d'origine.

Il est donc clair que le nom géographique ne peut s'utiliser que pour le lieu lui-même ou pour un produit qui tire sa spécificité de ce lieu. C'est pour cela qu'il convient de ne pas dévoyer le nom géographique simplement comme reconnaissance ou comme drapeau ou comme bannière de production lorsqu'il n'y a pas de lien fort avec le terroir d'origine. En cela, il faut faire allusion aux propos qui ont été tenus tout à l'heure. Si on commence à suivre la logique des marques régionales, on va obligatoirement dans la confusion vis-à-vis du consommateur. Il n'aura alors plus de points de repères facilement identifiables et il ne se servira plus du nom géographique comme repère, puisqu'il n'aura plus confiance dans la notion de nom géographique. Le vin Saint-Emilion se réfère à une notion d'origine, alors que les chaussettes "made in Saint-Emilion" sont seulement une notion de provenance.

Je prie l'aimable assistance de comprendre qu'il faut être un peu long sur ces questions-là, car elles sont essentielles, et les ignorer est la cause de beaucoup de confusions lorsqu'on parle des AOC, de la qualité et des noms géographiques.

IL Y A DONC NÉCESSITÉ "D'ENCADRER" PAR VOIE DE LA RÉGLEMENTATION PUBLIQUE L'USAGE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AU TITRE DE LA SAUVEGARDE DES PATRIMOINES DE L'HUMANITÉ DANS LEUR DIVERSITÉ

Je voulais en deuxième lieu faire un bref rappel du cadre réglementaire, ce qui est peut-être inutile devant cette assemblée ; après tout, cela va parfois sans dire et d'autres fois, ça va mieux en le disant. C'est donc en 1935 que la France a réalisé la nécessité de codifier clairement ces définitions, en partant du constat qu'il fallait protéger les vins qui avaient une spécificité organoleptique liée à trois éléments liés les uns aux autres.

L'origine, c'est la fusion profonde entre trois éléments, c'est le **terroir** (à savoir : un sol et un climat, puisque les climats interviennent autant que les sols pour conférer une spécificité organoleptique particulières à un produit) c'est le ou les **cépages**, mais cela peut être le ou les variétés et c'est enfin, la **tradition** et le savoir-faire humain. L'AOC, lorsqu'elle se retrouve avec ces trois éléments en fusion dans une parfaite originalité d'expression organoleptique, ne pourra pas être imitable, parce que forcément un de ces éléments fera défaut s'il est transféré dans un autre lieu la même production. Si vous transférez la production dans un autre lieu, vous aurez forcément un des éléments qui ne correspondra plus : parce que vous pourrez retrouver les mêmes types de sols, mais vous n'aurez pas les mêmes types de climat ; vous pourrez retrouver les mêmes types de cépages mais qui n'auront pas les mêmes réactions ; vous pouvez avoir une tradition, un savoir-faire qui est le résultat d'une expérience qui ne sera pas pratiquée de la même façon. Précédemment, Monsieur le Ministre, Guido Tampieri, a souligné la tradition et le savoir-faire spécifiques des vins de différents secteurs en Italie : lorsque l'on visite des vignobles italiens, on voit qu'il n'y a pas grand-chose de commun avec d'autres vignobles français. Il y a des spécificités dans l'élaboration du vin et ces spécificités sont le résultat d'une culture et d'une histoire. Et ça, personne ne peut le prendre, personne ne peut l'enlever, c'est la seule chose qui n'est pas reproductible, effectivement, à l'identique. C'est donc bien ces trois éléments qui doivent être en lien indissociable pour faire une véritable AOC. C'est pour cela qu'en 1935, le gouvernement français a jugé bon, de protéger cette richesse extraordinaire qui fait partie du patrimoine national.

L'AOC, n'est pas une marque commerciale de droit privé, c'est un élément du patrimoine français, nous abordons bien ici une notion de droit public. Si l'on met un signe distinctif pour reconnaître l'AOC, ça n'est pas un logo de droit privé que l'on peut s'approprier, c'est bien un élément du patrimoine français que l'on usurperait au même titre que le drapeau ou n'importe quel autre signe distinctif de l'Etat français.

MAIS CET ENCADREMENT PAR LA RÉGLEMENTATION PUBLIQUE REQUIERT UN PARTENARIAT AVEC LES PRODUCTEURS POUR ADMINISTRER UN PATRIMOINE VIVANT ET ÉVOLUTIF

L'appellation d'origine est une notion de droit public, propriété collective, dont les producteurs ne sont pas les propriétaires, mais seulement les gardiens. Ils se réunissent en syndicat d'appellation pour maintenir les conditions de production qui vont préserver l'identité et l'expression originale du terroir. C'est la mission essentielle du syndicat de défense de chaque AOC

Ainsi il vous apparaît plus clairement qu'il est impossible de réduire l'AOC à la notion de qualité puisqu'en fait les conditions de production ont pour mission de mettre en lumière l'originalité et la spécificité de l'appellation d'origine ; c'est la conséquence logique de ces conditions de production qui pourra faire la qualité. Mais la qualité, avec tout ce qu'elle a de subjectif n'est pas fondamentalement dans notre débat. Notre débat concerne certes le fait que le vin soit de qualité organoleptique agréable, mais ce qui nous intéresse plus, c'est qu'on ne puisse pas le comparer à aucun autre vin. Lorsqu'on met dix fromages sur une table et qu'on est incapable de distinguer un camembert d'un brie ou d'un coulommier, il y a quelque part quelque chose qui ne fonctionne pas bien. Si vous mettez dix bouteilles de vin sur une table, et que par une dégustation à l'aveugle d'un consommateur moyen on puisse identifier immédiatement un vin de Loire, d'Alsace ou de Bordeaux, nous sommes déjà beaucoup plus près d'une logique d'AOC Le débat de qualité est donc un autre débat qui a souvent une connotation plus subjective qu'objective.

Il s'agissait donc pour le gouvernement d'identifier, de délimiter les AOC, parce que l'appellation commence par une délimitation du terroir qui va exprimer ce caractère particulier au produit, de les protéger pour

éviter les usurpations de nom, de les encadrer par l'Institut National des Appellations d'Origine qui est un établissement public à caractère administratif. Ceci a permis de donner toute la garantie de l'Etat, par le biais des contrôles, avec à la fois son autorité et son prestige. Ces notions sont à retenir sinon on risque de faire des amalgames et des confusions qui seraient de nature à déformer le concept même de l'appellation. L'AOC n'est pas un club agricole élitiste de quelques producteurs éclairés qui auraient l'âme poète ou qui auraient une vision intellectuelle de la production.

Je suis viticulteur et producteur de Bonnezeaux. On peut produire du vin de chenin (c'est le cépage avec lequel est produit l'appellation Bonnezeaux) dans le monde entier. Si on veut du Bonnezeaux, il faut venir au hameau de Bonnezeaux à Thouarcé dans le Maine-et-Loire, c'est le seul endroit au monde où on peut faire du Bonnezeaux en appellation contrôlée. Et c'est là tout l'intérêt qu'on retrouve à la fois pour le consommateur, en terme d'identification forte d'un produit, en terme de sécurisation par rapport à ce qu'il achète, puisque l'INAO garantit l'origine du produit. Vous pouvez acheter une bouteille de Bonnezeaux, vous allez pouvoir considérer qu'elle n'est pas d'une qualité exceptionnelle. Mais si vous achetez une bouteille de Bonnezeaux, vous pouvez être absolument certain que l'endroit où elle a été produite, c'est Thouarcé, c'est le seul endroit au monde où l'on peut faire cette appellation d'origine.

CE PATRIMOINE ÉVOLUE AVEC SES CONTRADICTIONS INTERNES, IL EST BIEN VIVANT QUAND IL SAIT SURMONTER LES "DÉRIVES"

Vous voyez donc toutes les nuances et les distinctions que l'on doit faire par rapport à un amalgame simple qui consiste à dire que les Labels, les marques de qualité, les appellations etc., sont des signes de qualité. Ce n'est pas que cela, c'est même le contraire sous certains aspects.

Les deux grandes dérives que l'on retrouve dans les AOC, elles sont simples et faciles à comprendre. La première c'est la dérive de caractère productiviste qui consiste à augmenter la production de façon anormale de la vigne ou de la production laitière ou des performances des animaux ce qui va créer obligatoirement une dilution, puisqu'à ce moment-là, l'expression originale du terroir va être diluée par une surproduction au niveau de la matière première. Ce qui fait que

l'expression originale du terroir va disparaître derrière une expression qui peut être de qualité, mais qui va être banalisée, standardisée et qui va perdre tous ces caractères organoleptiques spécifiques parce qu'il y aura eu dérive productiviste. Il y aura trop de production à caractère diluant.

La deuxième dérive est tout aussi dangereuse, et on a des difficultés majeures à l'expliquer aux producteurs, c'est la dérive qu'on appelle technologique. Dans la dérive technologique, les choses sont simples, c'est-à-dire qu'avec des adjuvants au pouvoir "miracle", avec la machine à faire et à défaire, on peut à peu près compenser tous les problèmes climatiques que l'on rencontre. On peut effectivement régler tous les problèmes : au niveau du vin par exemple, on peut donner de la couleur, enlever de la couleur, remettre du goût, remettre des arômes, enlever des arômes. Ça va faire un produit de qualité, mais ça ne fait plus du tout une appellation d'origine. Ça c'est très difficile à expliquer à des producteurs, parce que lorsqu'ils ont le sentiment d'aller vers un affinement de l'expression de leur vin par la technologie, ils se préoccupent davantage de l'expression de leur vin par rapport à la mode que de l'expression originale de leur vin. S'ils perdent cette notion d'origine, ils retombent immédiatement dans le cadre d'une production industrielle standardisée et banalisée qui fait que le monde entier peut reproduire à l'identique ce produit, résultat d'une dérive technologique. Un tel produit a donc perdu sa spécificité liée à son origine, spécificité que personne ne peut lui prendre.

LES AOC SURMONTENT LES "DÉRIVES" EN SAUVEGARDANT LEUR "DIFFÉRENCE" ET LEUR "TERROIR"

C'est donc pour cela qu'il est important que tout ceux qui s'intéressent à la recherche comprennent que l'INAO n'a pas une position traditionaliste, qui consisterait à dire qu'on ne peut plus rien changer. On ne se sent pas obligé de continuer à labourer les terres avec les chevaux, parce que c'était comme ça que ça se faisait dans le temps. Nous mettons simplement en garde en permanence les producteurs sur le fait que les facilités ou les performances techniques peuvent tuer l'identité, l'origine du produit aussi sûrement que la production à caractère industriel normalisé. C'est pour cela qu'il faut que les choses soient claires : les gens ont le choix de produire, de s'inscrire dans différents systèmes de production. Mais lorsqu'ils sont dans

l'appellation d'origine, le souci prioritaire doit rester la mise en lumière de leurs différences.

Je voudrais dire pour terminer que derrière ce concept d'AOC, il y a enfin une préoccupation pour l'environnement. On ne peut pas produire un produit lié avec un terroir qui donne du caractère et qui donne une spécificité organoleptique si l'on tue le terroir. C'est donc bien un souci d'environnement qui anime de façon permanente tous les producteurs. Nous avons pris conscience qu'un certain nombre de dérives (consistant à cultiver intensément les sols ou à ne plus les cultiver, à utiliser systématiquement un certain nombre de produits chimiques) pouvaient avoir un effet qui était de nature à lisser l'expression du terroir. Pour être producteur d'AOC, il faut avoir envie d'être des écologistes avant l'heure, autrement, ce sera la plus sûre façon de tuer la poule aux œufs d'or.

L'AOC : UNE APPROCHE GLOBALE DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Un autre effet de l'AOC est l'aménagement du territoire et notamment pour les zones de montagne pour les produits laitiers. Je n'avais jamais imaginé auparavant que si une vache mange de l'herbe dans la plaine ou dans la montagne, le fromage ne va pas avoir le même goût. Et ça, c'est quelque chose d'absolument fabuleux. Or l'INAO, à travers le Comité National des produits laitiers, a eu et a pour mission d'expliquer aux producteurs que s'ils veulent faire par exemple du Beaufort, s'ils veulent faire de l'AOC, il faut retrouver les animaux spécifiques (races locales), sortir les vaches des étables et de la plaine, les sortir des endroits où elles sont faciles à élever, il faut qu'elles remontent à 1800 mètres d'altitude, parce qu'il n'y a que là qu'on obtient effectivement l'authenticité organoleptique d'un fromage. C'est intéressant parce qu'on assiste et on assistera sans aide particulière de l'Etat, sans besoin de financement extrêmement lourd, à des revitalisations de villages de montagnes qui vont recommencer à rentrer en activité parce que les producteurs auront compris et voudront faire un produit qui soit authentique.

Mais pourquoi voudront-ils faire toutes ces choses-là ? Parce que les agriculteurs, dont je fais partie, n'aiment pas beaucoup le travail et quand ils travaillent, c'est

pour gagner de l'argent. La conséquence de tout ça, c'est que si cela demande beaucoup plus d'efforts et de difficultés pour obtenir un produit, le corollaire naturel doit être la valeur ajoutée qui reste, pour partie, attribuée majoritairement au producteur de la matière première, car c'est à ce stade que se situe la "clef" de la spécificité des AOC. Chaque fois que des appellations d'origine, par facilité de surproduction, ce sont laissées aller à se banaliser sur le plan de la dégustation, sur le plan organoleptique, elles sont retombées sur un marché de type industriel normalisé, ce qui fait que les efforts ne sont plus valorisés, ne dégagent plus de valeur ajoutée. Lorsqu'il n'y a plus de valeur ajoutée, il n'y a plus d'AOC

CONCLUSION

L'AOC, pour conclure repose sur quatre éléments. On m'avait appris à l'école certaines choses :

- on m'avait appris qu'il faut produire beaucoup pour gagner beaucoup d'argent ; nous, à l'INAO, on dit aux gens de produire peu pour produire authentique, pour produire avec leur identité ;
- on m'avait appris qu'il fallait produire banal pour plaire au plus grand nombre possible, nous on dit : il faut produire très original ;
- on m'avait appris qu'il fallait vendre bon marché, parce qu'ainsi on pouvait faire plus de volume et vendre à plus de gens ; nous, on dit de vendre cher et de faire de la valeur ajoutée parce que les efforts qui sont demandés sont créateurs de coûts et ces coûts seront largement retournés par la valeur ajoutée qui va couvrir le prix de revient ;
- enfin, on m'avait appris qu'il ne fallait pas de rupture de stock parce que s'il y a rupture de stock, il y a arrêt de la consommation ; nous, on dit d'appuyer tout sur la rupture de stock, parce que si on produit de l'authentique, on ne peut produire en toute occasion, et alors peut être que ça veut dire qu'il faut peut être laisser sa part au rêve. Je vais m'arrêter sur la part du rêve, parce que c'est la chose la plus difficile à expliquer, mais si je n'ai pas réussi au moins pendant trente secondes à vous faire rêver sur les AOC, je vous ai fait un très mauvais exposé. Je vous remercie de votre attention.