

Marque et label : quelles différences, comment s'y retrouver ?

Bonjour, je me présente, Anne-Laure Blaise, je suis étudiante en Géographie de l'alimentation à l'Université de la Sorbonne à Paris, actuellement en stage au sein de la Chambre d'Agriculture des Pyrénées Atlantiques sur le dossier restauration collective.

On m'a demandé d'intervenir aujourd'hui sur les questions relatives aux marques et aux labels alimentaires, que chacun d'entre nous croise au quotidien.

Je souhaiterai commencer par une première information : on compte aujourd'hui en France, environ 1000 produits labellisés sous signe officiel de l'origine et de la qualité (SIQO).

En 2009, ils représentaient un C.A. de plus de 19 millions d'euros.

Une définition du label ?

Un label est un **signe distinctif** qui permet de valoriser un produit par rapport à un autre en mettant en avant ses spécificités. Le consommateur doit alors pouvoir **le reconnaître**. Il donne au produit labellisé une valeur territoriale, une dimension patrimoniale et culturelle. C'est une valeur ajoutée, on parle alors de **notoriété**.

Un label engage sur **une qualité**. Pour chacun d'entre nous, la question de la qualité est un ensemble de dispositions préétablies et systémiques mises en œuvre pour **donner confiance** en un produit. Pour que ce produit satisfasse les exigences relatives de la qualité. La qualité est donc un concept **normatif**, donc établi par des normes. **Ces normes n'ont de valeurs que si elles sont connues et reconnues du plus grand nombre**. On parle souvent du cahier des charges qui règlemente la labellisation alimentaire. C'est un exemple de normes mises en place pour garantir la qualité du produit.

Le label est une référence absolue à la fois pour le producteur et pour le marché (revendeurs, consommateurs) mais aujourd'hui deux problèmes se posent :

- d'une part, nous assistons à une multiplicité des labels. Entre AOC, AOP, IGP, Bio et tous nos autres repères, quelle valeur donner à chacun d'eux? Sont-ils similaires?
- D'autre part, quid de la différence marque / label ? Savez-vous réellement faire la différence?

Un point sur les labels existants : Les Signes d'Identification de l'Origine et de la Qualité
(Source: INAO, Institut National de l'Origine et de la Qualité)

L'Appellation d'Origine Contrôlée – AOC

L'AOC est un signe français qui désigne un produit qui tire son authenticité de sa typicité de son origine géographique. Elle est l'expression d'un lien intime entre le produit et son terroir:



- une zone géographique: caractéristiques géologique, agronomiques, climatiques, et historiques, ...
- des disciplines humaines, conditions de production spécifiques pour titrer le meilleur parti de la nature

Les facteurs naturels et humains sont liés. Le produit qui en est issu ne peut être reproduit hors de son terroir. Expression du lien avec l'origine géographique, il souligne la **typicité**, c'est le label le plus complexe. 545 produits.

L'Appellation d'Origine Protégée – AOP

L'AOP est la transposition au niveau européen de l'AOC française pour les produits laitiers et agroalimentaires (hors viticulture) mais moins rigide, double labellisation possible, le consommateur est trompé ?



L'Indication Géographique Protégée – IGP



L'IGP est née, à l'instar de l'AOP, de la volonté européenne d'étendre le système d'identification des produits par l'origine. L'IGP distingue un produit dont toutes les phases d'élaboration ne sont pas nécessairement issues de la zone géographique éponyme mais qui bénéficie d'un lien à un territoire et d'une notoriété.

La Spécialité Traditionnelle Garantie – STG

La STG ne fait pas référence à une origine mais a pour objet de protéger la composition traditionnelle d'un produit ou un mode de production traditionnel.



Le Label Rouge – LR



Le Label Rouge garanti qu'un produit possède un ensemble de caractéristiques lui conférant un niveau de qualité supérieur par rapport aux produits similaires. Les conditions de production ou de fabrication du produit lui sont particulières, elles confèrent la qualité supérieure. Créait en 1960, nous pouvons compter 500 produits labellisés LR aujourd'hui.

L'Agriculture Biologique – AB

L'Agriculture Biologique est un système de production agricole spécifique

qui exclut l'usage d'engrais chimiques, de pesticides de synthèse, d'OGM et limite l'emploi d'intrants. Le bien de l'animal est respecté et l'usage de médicaments est limité et strictement encadré.



Logo AB français



Logo AB européen

Les produits sous Signe d'Identification de l'Origine et de la Qualité du département

Les connaissez-vous?

Famille de produits	Signes d'Identification de l'Origine et de la Qualité du département des Pyrénées Atlantiques (sauf AB)
Viandes	Jambon de Bayonne (IGP)
	Porc Kintoa (AOC)
	Canard à foie gras du Sud Ouest (IGP)
	Agneau de lait des Pyrénées (Label Rouge)
	Bœuf excellence Blond d'Aquitaine (Label Rouge)
	Bœuf Blond d'Aquitaine (Label Rouge)
	Veau élevé sous la mère (Label Rouge)
	Volailles fermières du Béarn (IGP)
Fromages	Tomme des Pyrénées (IGP)
	Ossau Iraty (AOC)
Fruits et légumes	Kiwi de l'Adour (IGP)
Vins	Irouléguay (AOC)
	Jurançon (AOC)

Le label représente un produit du terroir, une spécificité culturelle.

Pour comprendre l'apparition de ces labels, un peu d'histoire...

Dans la période d'après guerre, la France connaît une agriculture productiviste, où l'on favorise une production de masse au détriment de la qualité. Les pénuries du passé ont poussé l'homme dans l'excès.

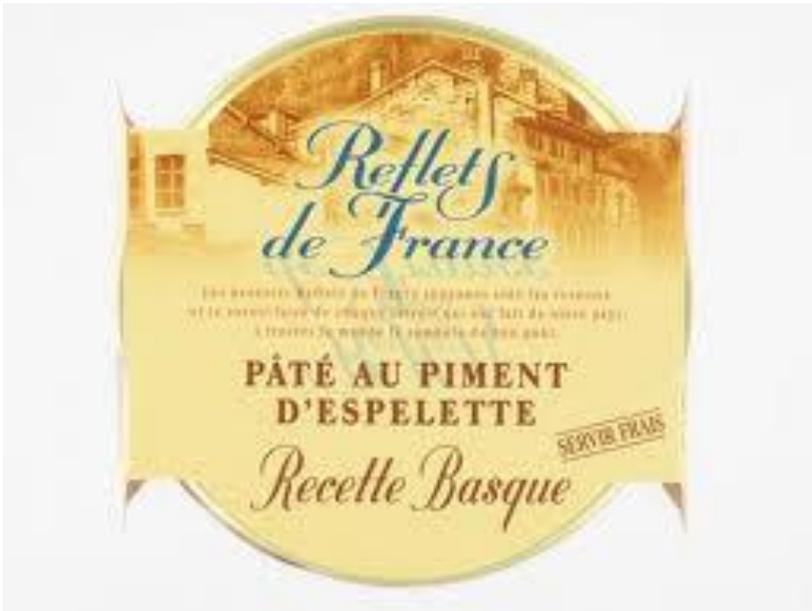
Cependant, on constate aujourd'hui des effets négatifs à plus ou moins long terme : crise (ESB, etc.), pollution des nappes phréatiques, désertification des campagnes, standardisation du goût, etc.

Enjeu actuel : des produits de qualité dans des paysages de qualité (la santé, l'environnement et le goût sont les priorités du consommateur, le prix aussi)

Mise en place d'un système de garanties officielles de qualité des produits délivrées sur avis de la commission nationale des labels et certifications de produits. INAO

Quelle différence avec les marques?

Les marques privées peuvent avoir des dimensions très différentes : Reflet de France / Idoki



Reflets de France, Marque MDD de Carrefour. Combien d'entre nous se sont posé la question de la valeur de cette marque? Leur discours marketing autour du terroir/ de la tradition / de la nature/de l'héritage/des savoir-faire/la fabrication à l'ancienne, sont autant d'association d'idée qui pousse le consommateur dans la confusion.

Géosymbole (Joël Bonnemaïson), ces produits doivent parler à tous le monde quelques soit le niveau intellectuel, niveau de vie, ou région -> suggestion (orangé = ancien, camargue = l'Alsace, cigogne = l'Alsace)

Idoki est une marque créée et gérée par des producteurs sur un territoire déterminent avec des chartes produits derrières assurant un lien au pays basque et aux produits issus des exploitations.

Une première distinction : Une marque commerciale sous entend l'achat d'une licence de marque pour pouvoir l'utiliser, l'apposer sur un produit. Ex de La Semaine du Goût.

Le label vient du secteur public, il est la propriété publique alors que la marque relève du secteur privé.

La marque identifie le producteur de produits et de service/ Le label identifie une forme de certification de ces produits et services, le label est l'expression symbolique de cette certification.

La question du prix:

Coût du label : procédure de labellisation a un coût pour le producteur. Ce coût est intégré au coût du produit labellisé, donc cela a une conséquence directe sur la clientèle. Le choix de la labellisation se pose alors : est ce un gain que de pouvoir apposer un label sur son produit ou est ce que je ne risque pas de perdre un certain nombre de clients, pour qui mon produit sera devenu trop cher?