

## Rapport d'activités – année 2008/09

### I - Sujets liés à l'application de la Loi d'Orientation Agricole

La Loi d'Orientation Agricole a modifié l'organisation des signes d'identification de l'origine et de la qualité, notamment en confiant la gestion de l'ensemble de ses signes à un unique Institut National de l'Origine et de la Qualité.

Les modalités de fonctionnement des signes de qualité ont donc été révisées. Ces changements se mettent en place au fur et à mesure que l'INAO élabore ses propres règles de gestion des signes de qualité.

De nombreux sujets sont donc en réflexion à l'INAO. La Fédération Label Rouge accompagne ces réflexions.

#### **1 – Statut des ODG et adhésion des opérateurs à l'ODG**

La DGCCRF avait pris position pour affirmer que l'adhésion des opérateurs à l'ODG n'était pas obligatoire pour faire des produits Label Rouge. Certaines filières ont ainsi eu le cas d'opérateurs exploitant leur cahier des charges sans que l'ODG en soit informé. Cela a soulevé la question du rôle central de l'ODG dans les filières et des moyens dont il dispose pour exercer ses missions.

La Fédération Label Rouge est intervenue sur le sujet auprès du Ministre de l'Agriculture, avec le Comité de liaison des signes de qualité et d'origine (CLIQ). Le CLIQ est une structure informelle composée de la FLR, du CNAOL (Fédération des AOC laitières) et de la CNAOC (Fédération des AOC viticoles), et est active sur tous les sujets transversaux à l'ensemble des signes officiels de qualité et d'origine.

Une analyse juridique sur les textes législatifs a été réalisée. De plus, un rendez-vous entre le CLIQ et le Cabinet du Ministre de l'Agriculture a permis de faire ressortir que le Ministère souhaitait effectivement que l'adhésion des opérateurs à l'ODG soit obligatoire.

Pour remédier à ce problème, 2 solutions ont été proposées :

- un travail sur les plans de contrôle, afin qu'ils comportent des exigences de contrôle interne sous la responsabilité des ODG.
- une modification de la loi pour clarifier le caractère obligatoire de l'adhésion des opérateurs à l'ODG. Cet amendement a été voté en séance plénière de l'Assemblée Nationale fin mars et publiée au JO le 13 mai. Elle prévoit que **« l'utilisation d'un signe d'identification de la qualité et de l'origine est subordonnée à l'identification des opérateurs auprès de l'organisme de défense et de gestion en vue de leur habilitation, au respect du plan de contrôle ou du plan d'inspection approuvé par l'Institut national de l'origine et de la qualité, et aux résultats des contrôles effectués »**.

La Fédération Label Rouge a rédigé une note d'information pour expliquer aux ODG l'intérêt d'avoir un contrôle interne à côté du contrôle externe de l'OC. En parallèle, elle a envoyé un courrier à l'INAO pour souligner l'importance de ce contrôle interne, afin que l'INAO l'exige pour l'ensemble des labels.

## **2 - Directive sur le suivi des ODG**

En application de la loi, l'INAO doit assurer le suivi des ODG. Ces derniers ont également un certain nombre d'obligations à respecter auprès de l'INAO (statistiques, informations, déclarations...). Afin de formaliser ces relations et rendre les modalités cohérentes entre les centres régionaux INAO, une directive est en préparation.

La Fédération Label Rouge et le CLIQ ont demandé que cette directive n'aille pas au-delà de la réglementation et qu'elle permette efficacité et simplicité de ces relations entre INAO et ODG.

## **3 - Notices techniques et plans de contrôle**

Un travail important réalisé avec l'INAO en 2008/2009 a été la réécriture des notices techniques avec notamment le retrait des dispositions implicites (réglementaires) et l'adaptation aux nouvelles exigences de l'INAO. Il était aussi utile d'en étudier la cohérence des notices entre secteurs. Seules les productions animales sont concernées à ce jour.

Les notices ont toutes été validées par le dernier Comité IGP/LR début juin. Les plans de contrôle minima ont fait également l'objet d'une révision par le Conseil Agrément et Contrôles, dans un souci de cohérence entre les différentes filières animales Label Rouge d'une part, et en étudiant ce qui se pratique pour les autres signes de qualité, AOC/AOP et Bio.

La Fédération Label Rouge a véritablement joué son rôle de concertation entre professionnels des filières Label Rouge dans ces travaux horizontaux, et a pu trouver un accord avec les OC.

## **4 - Caractérisation organoleptique des produits Label**

L'INAO a mis en place un groupe de travail sur la caractérisation organoleptique suite aux demandes des filières Label Rouge qui considèrent que les tests réalisés jusqu'à présent donnent des résultats très peu utilisables.

La Fédération Label Rouge a participé à ce groupe de travail qui a proposé des méthodes alternatives validées par le Comité IGP/LR de septembre 2008.

Les principes retenus sont notamment :

- la définition précise du produit courant de comparaison par les ODG dans leurs cahiers des charges,
- la mise en évidence dans les cahiers des charges des éléments qui concourent à la qualité supérieure du produit,
- l'élaboration d'une grille de caractérisation du produit par les ODG,
- la réalisation de tests de caractérisation par profil sensoriel normé ou par profil par consensus,

- la réalisation de tests sensoriels d'appréciation, par analyse hédonique normée ou par test d'acceptabilité supérieure (= analyse hédonique + notation de quelques descripteurs permettant de comprendre les raisons de préférence ou non des produits Label Rouge par les dégustateurs)
- la possibilité d'intégrer des opérateurs de la filière du produit dans les jurys de dégustation.

Le Conseil Agréments et Contrôles (CAC) de l'INAO doit se prononcer sur les propositions du Comité IGP/Label Rouge, et un document de vulgarisation de ces principes sera rédigé par le groupe de travail INAO.

## **5 - Travail sur les dérogations**

Les professionnels ont soulevé le problème des dérogations qu'en labels la CNLC laissait gérer par les organismes certificateurs en cas de problème imprévisible et ponctuel.

L'INAO a ainsi mis en place une réflexion sur cette possibilité pour les filières de déroger à leur cahier des charges pour faire face à des conditions particulières. L'INAO souhaite fixer des règles pour encadrer ces dérogations.

La Fédération Label Rouge a réuni un groupe de travail afin de faire des propositions à l'INAO sur la gestion et les limites de ces dérogations.

Plusieurs types de dérogation ont été identifiés, avec des procédures différentes de gestion, selon le caractère d'urgence de la prise de décision et la durée de la dérogation. Dans chaque cas, un partage des rôles entre ODG, OC et INAO est à établir.

Une proposition doit être formalisée et envoyée à l'INAO.

## **6 - Etiquetage des produits Label Rouge**

### **Utilisation du logo Label Rouge**

Le passage de la gestion du Label Rouge à l'INAO a induit des modifications dans les règles d'étiquetage des produits, pour lesquelles il existait précédemment des points de doctrine qui n'ont pas été repris par l'INAO.

L'étiquetage des produits Label Rouge est désormais uniquement régi par 2 textes :

- la Loi d'Orientation Agricole, qui fixe l'obligation de faire figurer sur une étiquette Label Rouge : le logo, le numéro d'homologation du Label et ses caractéristiques certifiées communicantes.
- le règlement d'utilisation du logo Label Rouge (couleur, forme, typologie du logo).

Dans un souci d'homogénéité de l'étiquetage des produits Label Rouge, la Fédération Label Rouge a proposé plusieurs règles relatives à l'utilisation du logo visant à ce que le logo et l'ODG soient mis en avant sur les produits.

La Fédération Label Rouge a demandé au Ministère de l'Agriculture et à l'INAO que ces règles soient introduites dans le règlement d'usage du logo Label Rouge, afin de s'imposer à tous les utilisateurs de ce logo officiel.

### **Produits Label Rouge sur les prospectus**

Il existe un arrêté concernant la publicité hors lieu de vente (*Arrêté du 3 juillet 1996 relatif à l'information du consommateur sur les prix des denrées alimentaires bénéficiant d'un label agricole*) qui stipule que « *l'information du consommateur sur les prix des denrées alimentaires bénéficiant d'un label agricole réalisée hors des lieux de vente doit être obligatoirement accompagnée : du logo Label rouge; de la dénomination de vente complète du produit et, le cas échéant, de son caractère fermier; le cas échéant, du nom du groupement détenteur du label ; du mode d'alimentation lorsque les denrées concernées sont des produits carnés et des produits de l'aquaculture. »*

Or, cet arrêté pose problème à certaines filières, notamment en ce qui concerne l'information sur l'alimentation des animaux puisque c'est une information qui n'est pas toujours pertinente pour le consommateur et facile à exprimer en quelques mots sur un tract, selon les types de produits. La Fédération Label Rouge a demandé au Ministère de l'Agriculture de supprimer l'obligation de donner des informations sur l'alimentation des animaux.

### ***6 - Relais d'information sur les travaux menés par l'INAO***

D'une manière générale, la Fédération Label Rouge suit les différents travaux menés par l'INAO et peut ainsi informer ses membres sur les sujets traités et l'état d'avancement des discussions.

En accord avec la convention passée avec l'INAO, la Fédération Label Rouge participe aux différents groupes de travail horizontaux, au Comité IGP/LR et au CAC en tant qu'auditeur.

### ***7 – Accompagnement des ODG pour l'application de la réforme – Développement durable***

Face au travail important que les ODG doivent développer en peu de temps pour remettre tout leur fonctionnement, leurs cahiers des charges et plans de contrôle en conformité avec ces nouvelles procédures exigées par la loi et l'INAO, la Fédération Label Rouge s'est associée à CNAOC et CNAOL pour obtenir une aide CASDAR.

La Fédération Label Rouge a déposé un dossier de demande d'aide CASDAR auprès du Ministère de l'Agriculture mi-février pour une enveloppe d'environ 100 K€. Le dossier porte sur l'accompagnement des ODG sur la réécriture des cahiers des charges, des plans de contrôle, mais aussi sur l'intégration de critères de développement durable dans les cahiers des charges.

Cette demande a reçu un avis favorable fin avril et un comité de pilotage a été désigné pour suivre ce programme qui se déroulera de mai 2009 à octobre 2010.

## **II - Le Livre Vert de la Commission Européenne**

La Commission Européenne a déclenché une réflexion sur la politique qualité de l'Union Européenne en 2008. Dans ce cadre, les Etats membres ont été invités à faire part de leurs remarques. Une vaste consultation via Internet a été organisée pour connaître l'opinion des Européens sur le sujet. Cette consultation s'est terminée fin décembre 2008. La Fédération Label Rouge y a réalisé une contribution et a conduit une concertation avec ses adhérents pour qu'ils interviennent aussi eux-mêmes en cohérence.

La Fédération Label Rouge a ainsi fait ressortir les points suivants :

- ✓ *Son opposition à la création de nouveaux labels ou logos européens* (qualité, bien-être animal, environnement) qui apporteraient une confusion pour le consommateur avec les signes existants.
- ✓ *Le renforcement de la protection des Indications Géographiques* : Renforcer le lien entre l'origine de la matière première de produits transformés IGP et l'aire géographique est nécessaire. Les IGP/AOP doivent être accessibles à toute filière de production, quelque soit sa taille de production et sa commercialisation. La protection est utile quelque soit le marché. Il faut communiquer sur ces signes afin d'accroître leur notoriété.
- ✓ *Le maintien de la STG* : Elle peut répondre à des besoins spécifiques. Un savoir faire ou une recette traditionnelle n'est pas toujours localisable et pourtant bien existant. De plus, la STG est le seul outil de la Commission Européenne qui peut réellement permettre des discussions et des projets inter Etats-membres.
- ✓ *La définition de lignes directrices pour la certification, en différenciant bien les schémas nationaux (type Label Rouge) des certifications privées* : la certification est en effet complémentaire des signes européens et peut être bien adaptée pour des exigences sociétales particulières et pour le contrôle de mentions facultatives définies dans les normes de commercialisation communautaires.
- ✓ *Une harmonisation des contrôles et la possibilité de réciprocité* : Aucun signe de qualité ou démarche de certification n'est légitime sans un plan de contrôle sérieux. Une harmonisation européenne des pratiques de contrôle est nécessaire pour réduire les distorsions de concurrence entre producteurs des différents états-membres et apporter plus de transparence aux consommateurs.
- ✓ *La réservation des termes « montagne » et « fermier »* : Une réglementation des termes « montagne » et « fermier » serait utile dans certains secteurs, car ces termes évoquent pour le consommateur un certain mode de production et une qualité de produits.
- ✓ *Le maintien des normes de commercialisation et leur gestion par la Commission européenne* : Elles sont essentielles car elles ont l'avantage pour les producteurs de limiter les distorsions de concurrence en homogénéisant les pratiques au sein de l'UE, et pour les consommateurs de fournir une information claire et homogène avec une référence pour les produits de même catégorie. Elles doivent rester dans le droit communautaire et être gérée par la Commission européenne.

Une synthèse des résultats de cette consultation a été faite par la Commission Européenne début mars. 560 contributions ont été enregistrées, provenant de 26 Etats membres et de 5 pays tiers. C'est la France qui arrive en tête en nombre de contributions avec 169 réponses (29% du total) suivie très loin derrière par la Pologne 59 réponses (10% du total), l'Italie 55 réponses (9% du total).

Cette synthèse et toutes les contributions sont consultables sur le site internet de la Commission européenne.

La mobilisation de la Fédération Label Rouge et de ses adhérents a été très utile sur cette consultation. Les principales revendications de la filière ont été bien reprises dans les conclusions

du Livre vert, le Label Rouge y ayant même été cité comme « un cas exemplaire de lien fort entre producteurs et consommateurs ».

A signaler que le rapport du Parlement reprend bien aussi nos positions. Mariann Fischer Boel a gardé toutefois une position très libérale n'allant pas toujours dans le sens des conclusions de la consultation.

Ainsi, la Commission a publié une communication sur les orientations qu'elle souhaite défendre sur ce dossier à la suite du Livre vert. On peut citer ainsi plusieurs sujets qu'il conviendra d'étudier avec attention :

- ✓ Certains sujets sont en accord avec la position française, tels que : la rédaction de lignes directrices pour introduire de manière volontaire des critères de durabilité dans les cahiers des charges des IG, sur les ingrédients ainsi que sur les certifications privées ; la réservation du terme « montagne » ; le maintien de normes de commercialisation.
- ✓ D'autres posent problème et nécessitent d'être débattus, tels que : la gestion par le CEN (comité européen de normalisation) des normes de commercialisation, le retrait de la STG au profit d'une réservation du terme « produit traditionnel », la notion d'un logo UE / non UE qui ne serait pas abandonnée ; une fusion AOP / IGP tout en segmentant le niveau de protection des IG selon leur niveau de notoriété ; l'information sur le bien-être animal et l'empreinte carbone.

La Fédération Label Rouge devra suivre ce dossier avec vigilance et réagir en collaboration avec le CLIQ et les Pouvoirs publics français. Les renouvellements du Parlement européen puis de la Commission seront déterminants pour la suite de ces réflexions.

### **III - La communication**

#### **1- Communication Label Rouge auprès du grand public**

La Fédération Label Rouge a acté le fait d'initier des actions de communication générique sur le Label Rouge. Il a été décidé de mettre en place dans un premier temps les actions suivantes :

- ✓ Etude pour faire un état des lieux sur le Label Rouge

Afin de déterminer la meilleure stratégie de communication collective sur le Label Rouge, il est important de savoir ce que les consommateurs pensent du Label Rouge, ce qu'ils y associent comme garanties et ainsi les valeurs à porter en message par rapport à ce signe. Pour cela, la réalisation d'un état des lieux auprès des consommateurs est nécessaire. Cet état des lieux servira notamment à mesurer la notoriété du Label Rouge car les dernières études disponibles datent de 2000.

Cette étude se déroulera en deux temps : en premier lieu, une phase qualitative permettra d'analyser en profondeur l'image et les représentations associées au Label Rouge. Elle permettra également de tester de façon détaillée les positionnements proposés par les professionnels pour le Label Rouge (gout, l'engagement filière, les contrôles, l'obligation de résultat, l'agriculture responsable...) et ainsi de faire apparaître les pistes de communication les plus pertinentes. Dans un second temps, une phase quantitative auprès d'un nombre important de consommateurs permettra de tester des pistes de communication envisagées.

✓ Action auprès de la presse et des distributeurs

Les résultats de cette étude consommateurs serviront de support à une action relationnelle auprès de la presse et des distributeurs. La presse professionnelle sera particulièrement sollicitée afin de pouvoir atteindre via cette presse les distributeurs. Ceux-ci constituent en effet un maillon essentiel, qu'il est nécessaire de convaincre sur le Label Rouge afin que les consommateurs puissent avoir accès aux produits.

✓ Portail internet

Un portail internet Label Rouge va être mis en place avec la présentation de la garantie Label Rouge, de la Fédération et ses adhérents mais surtout des produits, organisés en grandes familles, avec pour chaque produit une information synthétique et illustrée et des liens vers d'autres sites pour en savoir plus.

Ces actions sont accompagnées par FranceAgriMer. Elles seront réalisées sur le second semestre 2009.

## **2- Communication interne auprès des adhérents**

L'un des objectifs aussi de la Fédération est d'assurer une information interne et une concertation entre tous les adhérents de la Fédération, qu'ils soient ou non regroupés au sein de fédérations plus spécialisées. Cela se fait en complémentarité. La Fédération est également à l'écoute des préoccupations des ODG adhérents afin de pouvoir répondre au mieux aux besoins exprimés sur le terrain.