

PR4 - MODÈLE DE MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE INSPIRANT

LA QUALITÉ ET LA TRAÇABILITÉ EN TANT QU'EXIGENCES DE LA CHÂÎNE COURTE

1) La chaîne d'approvisionnement courte : une nouvelle alliance entre les producteurs et les consommateurs ; 2) Les mots-clés d'une chaîne d'approvisionnement courte réussie ; 3) Les voies de la qualité et les certifications ; 4) L'information et la traçabilité ; 5) Les conclusions.

Ce module vise à introduire une approche professionnelle du développement de la chaîne courte. L'objectif du module est en particulier de démontrer le lien étroit entre la relation producteur/consommateur et l'application de certaines des principales stratégies de l'UE relatives à la qualité et à la traçabilité de la production alimentaire.

L'objectif opérationnel de ce module est d'apprendre aux étudiants (en particulier aux agriculteurs et aux producteurs de denrées alimentaires) comment élaborer une stratégie visant à favoriser une relation producteur/consommateur valorisant les produits de l'agriculture, en adoptant :

- les différents systèmes de certification de l'origine et/ou de la qualité des produits ;
- les certifications de processus (c'est-à-dire la certification des méthodes de production biologique) ;
- Autre type de label territorial et/ou de chaîne ;
- une stratégie d'information basée sur le concept de traçabilité des processus de production.



L'objectif final est d'apprendre à l'étudiant qu'une stratégie de marketing professionnelle visant à développer une chaîne courte réussie doit avoir pour objectif principal de promouvoir une relation de confiance avec les consommateurs sur la base de leurs connaissances et de leurs informations sur les produits.

1) Chaîne d'approvisionnement courte : une nouvelle alliance entre producteurs et consommateurs

Les itinéraires en chaîne courte ont connu une augmentation significative en Europe au cours des dernières années. Les raisons de ce succès sont principalement les suivantes :

- La nécessité pour les agriculteurs d'augmenter leurs revenus en réduisant les étapes de la chaîne d'approvisionnement ;
- Une meilleure prise de conscience de leur rôle social et productif par les agriculteurs ;
- La nécessité pour les agriculteurs d'établir une relation directe et vertueuse avec les consommateurs ;
- Recherche, par les consommateurs, de produits authentiques, sains et de qualité.

La combinaison de ces facteurs a déterminé le succès des nombreuses initiatives visant à développer des voies de vente directe, par le biais de marchés de producteurs, de points de vente dans les exploitations, de magasins d'entreprise ou de groupements d'agriculteurs, de ventes en ligne.

Grâce à ces initiatives, une nouvelle alliance a été établie entre les producteurs et les consommateurs, basée sur l'engagement des agriculteurs à garantir la "sécurité alimentaire" de leurs produits, répondant à une cible de consommateurs exigeants et attentifs, qui sont également prêts à s'engager davantage, tant sur le plan économique qu'organisationnel, pour être sûrs d'une production alimentaire saine et authentique.

2) Les mots-clés d'une chaîne d'approvisionnement courte réussie

Afin de développer et de renforcer une alliance solide entre les producteurs et les consommateurs, il est nécessaire de développer des stratégies entrepreneuriales efficaces à partir de l'identification de certains mots-clés, qui doivent être placés à la base des objectifs de ces stratégies :

-Confiance

La relation de confiance entre le producteur et le consommateur est le principal facteur de réussite de la chaîne d'approvisionnement courte. Cette confiance peut être établie et consolidée par la connaissance directe et la relation personnelle qui s'établit entre le consommateur et le

producteur. La fidélité des consommateurs peut être acquise sur les marchés de vente directe ou dans les points de vente des entreprises. Toutefois, la relation de confiance, bien que très importante, ne peut être la seule clé du succès de la commercialisation en circuit court, et ce pour deux raisons principales :

- La capacité d'expansion d'une chaîne d'approvisionnement courte basée sur la relation personnelle exclusive entre le producteur et le consommateur serait très limitée ;

- La relation de confiance doit être basée non seulement sur l'empathie, mais aussi sur des évaluations concernant le sérieux, le professionnalisme et la transparence de l'agriculteur dans la gestion de ses processus de production ;

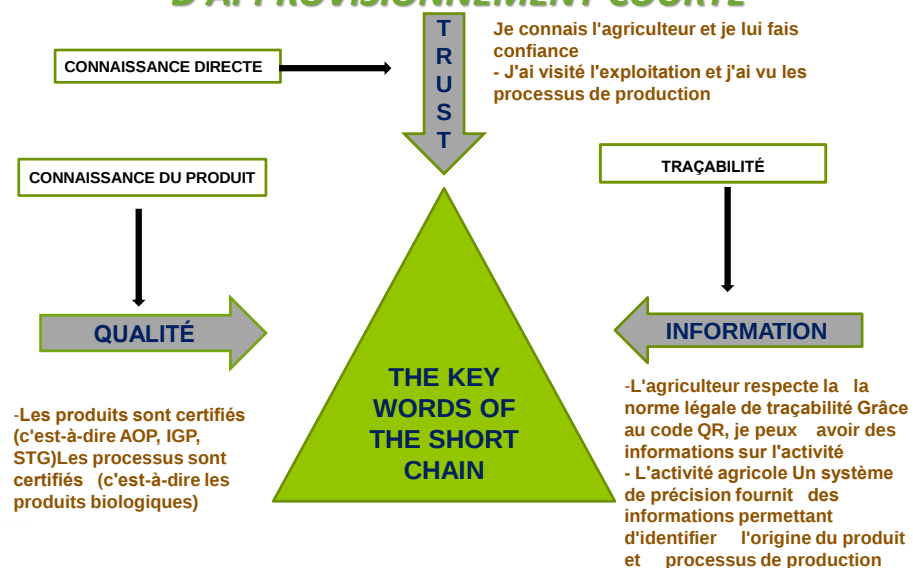
-Qualité

C'est pourquoi il est essentiel, dans une stratégie entrepreneuriale de développement de la filière courte, de se concentrer sur la valorisation complète de la qualité de ses produits. Comme nous le verrons plus loin, le concept de qualité n'est pas absolu, mais peut être décliné en fonction des besoins spécifiques de la cible de consommateurs de référence ; il peut concerner les propriétés de la matière première, la durabilité environnementale des processus de production, la salubrité des produits et d'autres facteurs, qui peuvent faire l'objet de protocoles de certification, qui garantissent les conditions requises, en soumettant les exploitations agricoles à un système de contrôle rigoureux.

-Information

Plus généralement, un marketing efficace visant à développer une chaîne d'approvisionnement courte doit accorder une grande attention à la stratégie de communication et d'information, en mettant à disposition la "traçabilité" de tous les éléments susceptibles d'intéresser les consommateurs ; une stratégie de communication qui ne se limite donc pas à une approche "publicitaire", mais qui repose sur un système d'information objectif, transparent et vérifiable, qui fournit au consommateur une véritable "connaissance" de la réalité de la production à laquelle il s'adresse.

CHAÎNE DE CONFIANCE DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT COURTE



3) Voies et certifications de qualité

La certification est le principal système de valorisation des caractéristiques d'un produit. Les différents types de certification permettent de documenter et de garantir ce qui suit :

- Le respect des exigences en matière de santé, d'hygiène et de qualité ;
- l'origine des matières premières et du produit fini ;
- Les caractéristiques intrinsèques (composition, variétés ou races utilisées, etc.) ;
- La qualité et la durabilité des processus de production ;

Les certifications sont divisées en deux catégories : les certifications obligatoires et les certifications volontaires.

-Auto certification obligatoire de la sécurité hygiénique-sanitaire

Toutes les entreprises qui travaillent et produisent des biens dans le secteur alimentaire doivent se conformer à l'autocertification HACCP, en élaborant un plan identifiant les risques dans chaque processus de la chaîne de production et la manière de résoudre chaque point critique.

-Certifications volontaires

L'Union européenne, dans le cadre de ses politiques agricoles et de développement rural, a encouragé divers systèmes de certification de la production agricole, par le biais de dispositions spécifiques régissant la délivrance et le contrôle des certifications de manière uniforme pour tous les pays de l'Union.

En ce qui concerne les produits agricoles et alimentaires, la législation européenne prévoit un système de dénominations qui définissent à la fois l'origine et les caractéristiques des produits. Les caractéristiques des produits certifiés sont définies dans des cahiers des charges spécifiques dont la gestion et le contrôle sont confiés aux consortiums de protection des différentes dénominations. Les principales dénominations reconnues au niveau de l'UE sont les suivantes :

1. **AOP** (Appellation d'origine protégée)
2. **IGP** (Indication géographique protégée)
3. **STG** (Spécialité traditionnelle garantie)



AOP : La marque AOP (Appellation d'Origine Protégée) est une désignation enregistrée auprès de la Communauté européenne pour indiquer un produit typique de haute qualité, dont l'aire d'origine et les traditions utilisées pour l'élaborer le rendent si particulier qu'il doit être protégé contre la contrefaçon. Dans les AOP, le territoire d'origine concerne à la fois l'origine de la matière première et le développement de l'ensemble du processus de production. Un exemple de produit AOP est représenté par l'huile d'olive de Kalamata. L'AOP est entièrement produite dans la région de Kalamata en Grèce, en utilisant des variétés d'olives de cette région.

IGP : La marque IGP (Indication Géographique Protégée) a la même finalité que la marque AOP et certifie également l'origine du produit. Contrairement aux AOP, la certification IGP protège principalement certains processus de production caractéristiques du lieu de dénomination, mais pas nécessairement l'origine du produit dans son ensemble. L'ail de Graciosa (PT) ou l'huile d'olive de Toscane (I) sont des exemples de produits IGP.

STG : La mention spécialité traditionnelle garantie, plus connue sous l'acronyme STG, est une marque d'origine introduite par l'Union européenne visant à protéger des produits spécifiques caractérisés par des compositions ou des méthodes de production traditionnelles. Une STG est, par exemple, le jambon espagnol appelé Jamon Serrano.

Un règlement distinct concerne le secteur de la viticulture, dans lequel subsistent les anciens systèmes d'appellation nationaux. En Italie, par exemple, la dénomination du vin peut être DOC (appellation d'origine contrôlée) ou DOCG (appellation d'origine contrôlée et garantie).

PRODUCTION BIOLOGIQUE



En ce qui concerne les processus de production, la principale certification reconnue au niveau de l'UE est celle relative à la production obtenue selon des méthodes biologiques. Il s'agit d'un certificat délivré par un organisme désigné, qui reconnaît le respect de certaines normes imposées par l'Union européenne par les entreprises de la chaîne agroalimentaire et d'élevage (de la production à la commercialisation des produits alimentaires).

En particulier, l'utilisation de pratiques durables est garantie à toutes les étapes du processus de production. La certification, délivrée à l'issue d'une période de conversion de la méthode traditionnelle à la méthode biologique, est soumise au contrôle annuel d'organismes certifiés au niveau européen. À ces certifications reconnues par l'UE peuvent s'ajouter d'autres marques développées au niveau des pays et territoires individuels, qui peuvent être, par exemple, des marques territoriales, notamment pour les produits d'un parc ou d'une région agricole d'une valeur particulière, ou des certifications de la chaîne d'approvisionnement, qui garantissent la transparence du parcours à travers toutes les étapes d'une chaîne d'approvisionnement. [...]

4) Information et traçabilité

La traçabilité du produit alimentaire représente ce facteur de transparence et d'information qui garantit au consommateur la possibilité de connaître et de reconnaître le produit à travers toutes les phases de son processus de production.

-La traçabilité permet de décrire le parcours d'une matière première ou d'un lot de production au sein de la chaîne de production : de la phase de production à la distribution, en passant par la transformation. La traçabilité implique la possibilité de reconstituer l'ensemble du parcours d'un produit à rebours, depuis son état final jusqu'aux matières premières de départ.

La traçabilité est née comme un outil pour garantir la salubrité des aliments mais elle est indispensable, par exemple, pour certifier l'origine d'un produit ou les différentes étapes intermédiaires qui l'ont conduit au comptoir d'un magasin ou sur nos tables. La traçabilité est également une condition fondamentale pour démontrer, dans les appellations d'origine, la conformité des produits au cahier des charges de production.

En vertu du règlement CE 178/2002, toutes les entreprises de la chaîne alimentaire (du producteur au consommateur final) sont tenues depuis 2005 d'identifier et de garantir la traçabilité d'un produit.

Ce que l'on demande aux opérateurs du secteur alimentaire, c'est d'être en mesure de retracer le maillon précédent et le maillon suivant de la chaîne alimentaire. Mais l'évolution technologique et le processus numérique permettent d'atteindre des objectifs plus avancés dans le domaine de la traçabilité, en fournissant un ensemble d'informations aux consommateurs. Le code QR est un moyen de plus en plus utilisé pour entrer directement dans la ferme avec son propre téléphone. Un autre exemple concerne le **I**l'agriculture de précision, qui permet de collecter des informations importantes pour définir l'origine exacte des produits.

Le développement des certifications, combiné à l'adoption de pratiques de traçabilité pour les processus de production, au-delà des obligations légales, est certainement fonctionnel pour une stratégie d'information. Tant les certifications que la traçabilité peuvent représenter un facteur de consolidation de la relation de confiance entre les producteurs et les consommateurs, fondamentale dans un parcours de commercialisation basé sur la chaîne d'approvisionnement courte.

5) Conclusions

La dernière question que se pose un agriculteur après avoir lu ce chapitre est la suivante : est-il opportun pour moi de mettre en œuvre un système de qualité, de certification et/ou de traçabilité dans le cadre de ma stratégie de chaîne courte ? Nous nous efforçons d'apporter quelques réponses sur les avantages et les points critiques de ce choix :

Avantages

- En principe, la possibilité de démontrer aux consommateurs la qualité de l'activité agricole par le biais de la certification et d'une information correcte améliore et renforce une relation basée sur la confiance ;
- Pour un agriculteur qui cherche à augmenter la cible de ses consommateurs, la relation de confiance avec les clients doit être basée sur des garanties de qualité objectives.
- Normalement, le consommateur qui recherche des produits sur les marchés locaux et dans les chaînes courtes est prêt à payer plus cher un produit dont la qualité et la durabilité sont garanties ;
- a certification peut être un paramètre obligatoire dans certains contextes agricoles. Par exemple, la compétitivité d'un agriculteur produisant du vin non certifié dans la région du Chianti ou de la Rioja pourrait être problématique ;

Points critiques

- La participation aux systèmes de qualité et de certification implique à coup sûr des coûts supplémentaires en termes de.. :
- Implication dans la connaissance et le respect des règles requises ;
- Coûts directs de la certification.
- La valeur ajoutée apportée par les systèmes de qualité et de certification et/ou de traçabilité pourrait ne pas suffire à couvrir les coûts du maire ; cela dépend des différents contextes agricoles.

En conclusion, notre suggestion pour une approche correcte et l'amélioration de la chaîne courte est la suivante :

- Veillez, dans la mise en place d'une filière courte, à élaborer une stratégie de communication et d'information sur la qualité de vos produits ;
- Analysez le contexte du marché, les demandes de vos clients potentiels, la position de votre activité agricole par rapport aux autres agriculteurs de votre région et de votre secteur alimentaire ;
- Évaluer la stratégie la plus appropriée, le rapport entre les coûts et les avantages, les aptitudes et les compétences nécessaires.
- Essayez toujours d'offrir à vos clients la meilleure qualité de votre travail

Liens utiles pour approfondir les connaissances

https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en

https://agriculture.ec.europa.eu/farming/certification_en

https://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/

<https://www.eitfood.eu/blog/how-can-digital-traceability-increase-trust-in-the-agrifood-industry>

<https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/focus-groups/innovative-short-food-supply-chain-management>

<https://www.slowfood.com/>