

# Université Saveurs & Savoirs

« *Ethique ou profit ?  
Le terroir se met à table* »

## **Produits de terroir et produits de masse : quelle coexistence dans la bataille du marché mondial ?**

*Ont participé à cette conférence-débat :*

*Jean-Robert PITTE, géographe, Président de l'Université Paris-Sorbonne (Paris IV)*

*Philippe CHALMIN, Professeur à l'Université Paris IX-Dauphine*

*Philippe MAUGUIN, Directeur de l'INAO*

*Bertil SYLVANDER, Directeur de recherches à l'INRA Toulouse*

*Cette conférence-débat était animée par François GROSRICHARD, ancien journaliste au Monde.*



***NB : Les propos rapportés n'engagent que leurs auteurs.***

**Jean-Robert PITTE**

Nous poursuivons notre « Université Saveurs & Savoirs », en cette deuxième soirée.

**François GROSRIEARD**

Pour préparer cette soirée, je parcourais le livre de Jean Viard, « Au bonheur des campagnes », où est évoqué le « retour de la France charnelle ». Nous voyons, à travers cette citation que l'agriculture va au-delà de la simple production de produits agricoles. Dans ce contexte, il est intéressant de se projeter sur l'histoire des terroirs et sur ce qu'ils recèlent. En outre, faut-il aujourd'hui opposer le quantitatif au qualitatif ? Cette question n'est pas si aisée à trancher, notamment au niveau des grands pays comme la Chine, où des productions très vastes sont les voisines de productions plus petites. Si, d'un point de vue économique, il faut savoir produire, il faut surtout savoir vendre.

Je propose tout d'abord à Monsieur Pitte de nous livrer quelques réflexions préliminaires, sur le thème de ce soir : « Produits de terroir et produits de masse : quelle coexistence dans la bataille du marché mondial ? ». Par ailleurs, les produits de terroir doivent-ils être considérés comme des produits de niche ? Les autres intervenants exposeront ensuite la façon dont ils ont abordé ce thème. La parole sera enfin laissée à la salle, afin de nourrir le débat.

**I. Le terroir, une nécessité économique ?****Jean-Robert PITTE**

Le terroir est une nécessité culturelle et économique. Si, en la matière, la coexistence existe, elle n'est pas pacifique. Nous avons même affaire à une lutte au couteau ! Le terroir est une richesse incroyable pour l'avenir de l'humanité sur la terre. La production débridée dans un certain nombre de pays, qui est une véritable sur-production – pose aujourd'hui de nombreux problèmes. Dans le même temps, l'excédent de production est inaccessible aux pays pauvres, sauf à leur faire la charité. Dans ce contexte, preuve est faite que l'agriculture productiviste est à bout de souffle, d'autant plus qu'elle coûte horriblement cher, et notamment au contribuable.

Prenons l'exemple des vigneron. Pour certains, ils gagnent de l'argent, payent des impôts et ne touchent en outre aucune subvention. Nous pouvons ici parler d'agriculture civique, ces producteurs vivant sur le terroir et du terroir.

Suite à la révolution agricole, le terroir a été mis en échec. Cependant, malgré le productivisme, le terroir a été réinventé en France, dès le 17<sup>ème</sup> siècle. Un environnement spécifique est alors revalorisé et des cépages spécifiques tendent à hausser la qualité du vin. De très beaux terroirs existent aussi dès cette époque en Afrique du Sud, qui fabrique toujours aujourd'hui du bon vin. Le terroir présente donc un grand avenir économique, à condition que les consommateurs soient éclairés. Ces derniers ne doivent pas accepter de manger et boire n'importe quoi et à n'importe quel prix.

De niches, je pense que le terroir va devenir une généralité.

**François GROSRICHARD**

Le consommateur a en effet un rôle d'arbitrage à jouer, *via* le prix et la qualité. L'INAO est-il le gardien du temple de l'origine et de la qualité ? Existe-t-il une opposition entre le monde des grands sucriers, par exemple, et le monde des petits fabricants de fromage ?

**II. L'Institut National des Appellations d'Origine (INAO)****Philippe MAUGUIN**

L'INAO fête ses 70 ans cette année. Il a été créé au départ pour protéger les origines dans le secteur viticole. Au fil du temps, le législateur a étendu son domaine de compétence, 600 produits étant aujourd'hui suivis dans toute la France, et ce dans de nombreuses filières. Pour l'heure, nous n'avons pas de produits d'origine en sucre ! Nous travaillons actuellement y compris dans le secteur céréaliier, avec le petit épeautre de Provence ou la farine de sarrasin de Bretagne, et n'avons pas d'*a priori* sur certains secteurs. Au jour d'aujourd'hui, nous sommes plutôt présents dans les produits viticoles, agricoles, laitiers et agroalimentaires.

Il n'existe pas d'opposition entre les « petits » et les « gros » produits au sein des appellations, certaines appellations d'origine comme Bordeaux, Champagne, Roquefort ou Comté étant produites sur des volumes significatifs. En outre, les produits d'appellation d'origine, qui ont un enracinement historique dans leurs régions de production, sont en même temps accessibles dans la grande distribution ou chez les petits commerçants. Il ne faut pas non plus opposer les styles de consommations. En effet, les consommateurs consomment en fait différemment selon les situations, en restauration hors foyer pendant la semaine ou lors d'occasions festives entre amis : il n'existe pas de consommateurs consommant uniquement des produits de terroir et de consommateurs consommant uniquement des produits de masse.

Quoi qu'il en soit, il est vrai qu'au niveau international sur certaines filières (café, thé, riz, etc.), des oppositions au développement des indications géographiques se font sentir. De grandes multinationales n'ont pas envie de se compliquer la vie avec des mesures et des concepts renvoyant à l'origine et faisant la part belle aux petites producteurs et aux pratiques traditionnelles. Pour ces grands groupes, la marque suffirait à elle seule, à « garantir » l'origine et la qualité des produits

**François GROSRICHARD**

Les AOC, les produits fermiers, les produits de terroir, etc. sont autant de notions qui peuvent entraîner la confusion dans l'esprit des consommateurs.

**Philippe MAUGUIN**

Il existe en effet un réel risque de confusion dans l'esprit du consommateur. Aujourd'hui, les opérateurs économiques sont tentés d'investir de plus en plus nos filières. Même si le pouvoir d'achat des consommateurs est aujourd'hui ce qu'il est, les produits d'origine suscitent un réel intérêt, ce dont les entreprises agroalimentaires ont pris conscience. Dans ce contexte, elles tentent

de capter l'image de la qualité et du terroir, en proposant des produits qui ne sont pas toujours à la hauteur de cette qualité.

### **François GROSRICHARD**

Quel est le dernier produit AOC enregistré ?

### **Philippe MAUGUIN**

La dernière appellation qui a obtenu un vote favorable de l'INAO dans le secteur vinicole est le Beaume de Venise rouge, dans les Côtes du Rhône, et dans le secteur agro-alimentaire la Moule de Bouchot de la Baie du Mont Saint Michel.

### **François GROSRICHARD**

Bertil Sylvander, quelle est votre position sur le thème de ce soir ?

## **III. La place des produits de terroir dans un contexte global**

### **Bertil SYLVANDER**

### **Bertil SYLVANDER**

Beaucoup de pays libéraux proposent de se contenter des marques pour protéger la propriété intellectuelle liée au produit et à son origine, beaucoup d'entre-elles faisant référence à des noms de territoires géographiques. Le récent panel de l'OMC, parmi les différentes lectures qu'on peut en faire, est néanmoins le premier à lier la marque, l'indication géographique, la propriété intellectuelle et le terroir. Le point faible de la marque est qu'elle est, par définition, délocalisable, tout bien pouvant, compte tenu des progrès technologiques, être produit n'importe où, avec cependant des caractéristiques proches du produit d'origine que l'on imite.

Nous vivons aujourd'hui dans une situation concurrentielle exacerbée, où les grandes entreprises alimentaires cherchent à imiter les concurrents, où qu'ils soient situés et quel que soit le nom de leurs produits, lorsque leur réputation peut apporter une valeur supplémentaire. Dans ce contexte, du Chablis est produit aux Etats-Unis, de la Feta ou du jambon de Parme sont produits au Canada, du Parmesan est produit en Australie. Globalement, de nombreuses copies de produits de terroir existent. Les produits de terroirs authentiques doivent tenter de survivre dans cet environnement difficile, c'est pourquoi leurs producteurs se mobilisent dans les négociations.

### **François GROSRICHARD**

La politique agricole européenne doit-elle multiplier et valoriser les produits de qualité ou tendre vers des productions intensives et rentables ? Une solution mixte est-elle souhaitable ? Un choix doit-il être opéré ?

**Bertil SYLVANDER**

Faire un choix n'est pas vraiment la question première. Toutes les agricultures d'Europe évoluent très vite et ont connu une réelle révolution au cours de ces 50 dernières années. Aujourd'hui, il convient de mieux contrôler les techniques et systèmes de production, par rapport à la protection de l'environnement et de la biodiversité. Ce mouvement est général et n'appartient pas à une seule niche. Il se trouve que les produits de niche ont peut être anticipé sur certains domaines, comme la promotion des savoir faire, l'ancrage au territoire ou les projets territoriaux. Aujourd'hui, tous les projets de production doivent être réinventés, en fonction des situations des marchés, des filières, des consommateurs et des demandes citoyennes. Les produits de qualité ont des atouts et ont anticipé, mais ils sont sur un marché globalisé et concurrentiel, où il n'est pas possible – ni souhaitable – de s'isoler.

**François GROSRICHARD**

Quel est votre point de vue, Monsieur Chalmin ?

**IV. L'agriculture productiviste, indispensable cohabitant des produits de terroir ?****Philippe CHALMIN**

Les marchés que je connais sont éloignés des terroirs et ont pourtant une légitimité. En tant qu'historien, je vous invite à ne pas idéaliser le passé. En 1900, deux tiers du budget d'un ménage ouvrier étaient consacrés à l'alimentation. En idéalisant le terroir, on oublie trop vite qu'une grande partie de la population mourait de faim, au 19<sup>ème</sup> siècle. Aujourd'hui, la démarche presque « esthétique » menée au niveau des produits de terroir n'a été rendue possible que par les progrès agricoles et par la production de masse.

Selon moi, la coexistence des produits est réelle et une place existe pour la complémentarité des produits, ces derniers étant tous différents. Nous pouvons placer d'un côté les commodités, à savoir les produits de masse, non définis par un territoire et une origine. Une commodité, comme le café par exemple, est en revanche définie sur le plan qualitatif. Les commodités sont des produits fongibles, ne faisant pas apparaître des différences essentielles. Sur un marché de commodités mondial, le prix est instable et dépend de l'offre et de la demande, comme l'a montré par exemple la flambée du prix du blé après le passage d'El Niño.

La population mondiale devrait dépasser le 9 milliards en 2050 avec des risques évidents d'exposition à la malnutrition. Dans ce contexte, nous ne pouvons pas fustiger l'agriculture productiviste. A surface agricole constante, la production agricole va devoir être multipliée par deux. Nous devons nous rendre compte que le monde a besoin des grandes productions de masse, qui constituent la base de l'alimentation des hommes. Pour une partie de l'Afrique, il est par exemple bien heureux que les filières céréalières et sucrières puissent se prévaloir sur les marchés mondiaux.

D'un autre côté, certains territoires mettent en avant le lien au terroir, à travers certains produits de niche. Ces niches permettent aux producteurs de reprendre le contrôle du prix, qui n'est pas

purement soumis aux aléas quotidiens et à la grande volatilité d'un marché. Au final, il convient de ne pas opposer produits de masse et produits de terroir, qui ont chacun leur place sur le marché.

### **François GROSRICHARD**

*Quid* de la situation de la France par rapport à d'autres pays ?

### **Philippe CHALMIN**

Sur les marchés de commodités, la France affiche, par rapport à d'autres pays comme la Grande-Bretagne, un retard en termes de standardisation et de classification de certains produits. Cette situation se ressent évidemment sur la qualité des produits.

## **V. Débat avec la salle**

### **De la salle, Robert TINLOT**

Je suis surpris par les propos de Philippe Chalmin, qui fait des produits de masse des produits d'avenir. Concernant les produits de terroir, je ne suis pas d'accord pour les appeler « produits de niche ». S'agissant du vin, sachez que la plupart des vins vendus sur le marché mondial portent des indications géographiques. Sur le marché français, à peine un quart des vins n'est pas qualifié par une indication géographique. Le consommateur va donc peu à peu se tourner vers des produits identifiés géographiquement. Pour le consommateur, la traçabilité est, dans ces conditions, une notion très importante. Concernant les grands produits de masse, la traçabilité souhaitée est en revanche très difficile à mettre en œuvre.

### **De la salle, Patrick SIVARDIERE**

Le productivisme est en échec pour nourrir la planète et n'est donc pas une solution pour lutter contre la faim dans le monde. Preuve en est, l'agriculture européenne cherche aujourd'hui à maîtriser sa production en cherchant à produire moins. Enfin, *quid* de l'impact environnemental d'une agriculture productiviste ?

### **Philippe CHALMIN**

Grâce à la révolution verte, qui est une forme de productivisme, nous avons échappé aux catastrophes alimentaires promises et à la généralisation des phénomènes de malnutrition. Aujourd'hui, « seules » 850 millions de personnes souffrent de malnutrition, ce qui est un chiffre record au regard des prédictions faites voici à peine trente ans. Nous devons nous diriger aujourd'hui vers un productivisme intelligent, afin de doubler les rendements agricoles mondiaux.

Nous atteignons aujourd'hui des limites environnementales, qui doivent être prises en compte.

Par ailleurs, les externalités positives de l'agriculture doivent aussi être prises en considération, les agriculteurs étant nécessaires au maintien d'un territoire. Nous aurons également toujours besoin d'un ajustement par l'échange international, notamment au regard de la quantité de produits

importés par la Chine, qui n'est pas – et de très loin – autosuffisante (blé, maïs, etc.). En matière de céréales, l'Europe peut ainsi se placer en bonne position sur le marché mondial.

### **Jean-Robert PITTE**

Le milliard d'habitants mourant de faim pour des raisons économiques ne trouvera pas la solution au problème avec le blé européen, qui est beaucoup trop cher. Il convient aujourd'hui de proposer aux pays pauvres la possibilité de développer une agriculture d'autosuffisance, fondée sur l'irrigation, de nouvelles semences, et ce de façon très raisonnable et à très bon marché. Sauf à consentir des protections tarifaires, les agricultures menacées ne pourront être sauvées.

La révolution productiviste, qui a certes nourri l'Europe, est aujourd'hui terminée : nous sommes actuellement entrés dans une nouvelle révolution, qui est celle de la qualité. L'Europe entière est entrée dans cette nouvelle révolution, tournée vers la production de qualité et le terroir.

### **Philippe MAUGUIN**

Ne soyons pas trop manichéens en opposant produits de terroir et produits de masse. Dans le monde entier, un intérêt se développe pour les produits de terroir. Dans tous les pays du monde, ces produits renvoient à des aliments ayant une notoriété sur les marchés locaux et régionaux. En Afrique par exemple, des projets ont été développés avec six pays d'Afrique de l'Ouest, qui souhaitent mettre en avant et protéger des produits de tradition, ayant des valeurs identitaires sur le marché africain.

### **Bertil SYLVANDER**

La question de la généralisation du marché de niches est selon moi un faux problème. L'enjeu alimentaire mondial consiste à relier les produits du terroir aux grands enjeux internationaux, sans les isoler artificiellement. S'ils répondent mieux que d'autres aux attentes du marché et des citoyens et s'ils sont convenablement protégés de concurrences déloyales, ils feront leurs preuves. Il n'est pas non plus possible de parler de l'avenir de l'alimentation dans le monde sans parler de phénomènes cruciaux et stratégiques comme le réchauffement climatique, la raréfaction de l'eau, de l'énergie, etc. Nous devons donc nous placer dans ce contexte de rupture, qui va arriver.

Différents scénarii d'avenir de l'agriculture européenne ont été établis (par exemple par la DATAR) et tablent sur une alternative entre une concurrence mondiale débridée et une concurrence organisée par des règles contraignantes. Dans cette dernière hypothèse et avec les crises globales à venir, les marchés pourraient se centrer sur de grandes régions du globe : les pays pourraient d'abord produire pour leurs propres populations, puis pour des pays limitrophes.

### **De la salle, Philippe LACOMBE**

Je me réjouis de la diversité d'opinions dont nous sommes les témoins, ce soir. Une conception de la qualité trouve son origine dans le terroir et dans le respect des pratiques. À côté de cette conception naturelle, il est possible d'envisager une conception de la qualité plus technologique, reposant sur l'innovation et des processus permettant également de tendre vers des produits de

qualité. Sur le plan international, quelle est selon vous la tendance dominante en termes de qualité ? En outre, à la politique de qualité des produits de terroir est associée une politique de contrôle de l'offre très stricte. Pourrait-on y voir une volonté de créer la rareté sur le marché des produits de terroir, encadrée par des procédures de gestion du marché ?

### **De la salle, Luc MORELON**

Le point de vue de Monsieur Pitte me paraît choquant, le consommateur européen, qui est éduqué et sophistiqué – par rapport au consommateur américain – ayant également besoin de produits simples, à côté des produits de terroir. Pourquoi devons-nous aujourd'hui adopter, en France, des positions aussi radicales en matière d'indications géographiques ?

### **De la salle**

Le débat sur le terroir mérite d'être porté par un effort pédagogique vis-à-vis des étudiants, mais aussi du grand public. Aujourd'hui, la notion de terroir fait l'objet de confusions. Aujourd'hui, les débats culturels sont extrêmement importants et permettent de faire avancer la cause des terroirs dans le monde entier. En outre, les alliances sont aussi importantes, en matière de terroir, notamment entre « les pays du vin » comme la France, l'Italie ou l'Australie. Des alliances gastronomiques peuvent aussi être conclues avec la Chine, qui compte de nombreux terroirs. Les enjeux ne concernent pas seulement la valorisation de l'agriculture et des régions mais concernent aussi le développement du tourisme.

Enfin, je m'interroge sur l'hypothèse qui avait été avancée, visant à considérer le vin comme une exception culturelle.

### **Jean-Robert PITTE**

Il existe un engouement dans le monde entier pour les produits de terroir. Enfin, les pauvres ont aussi droit à la qualité, comme je l'écrivais dans une revue, il y a quelques années. La qualité, qui est identitaire, n'est pas forcément chère et peut être bon marché. Aujourd'hui, nous en avons assez des produits passe-partout : nous devons donc préserver la diversité, avant tout.

### **Philippe MAUGUIN**

Une controverse mondiale ne semble pas exister sur l'approche de la qualité. Il existe en revanche des batailles au niveau de l'OMC, concernant par exemple les aspects sanitaires ainsi que sur la protection des noms géographiques contre les usurpations. Un débat concerne par exemple la possibilité de traiter les plus grandes appellations européennes ou mondiales comme des produits génériques. Concernant les indications géographiques, un règlement européen protège les appellations d'origine dans tout le territoire de l'Union, ce qui est un point clé pour la défense des produits de terroir. La bataille s'engage maintenant au niveau mondial, sur la protection des indications géographiques dans le cadre de l'OMC. Un registre mondial de tous les terroirs protégés verra-t-il le jour ?

**Philippe CHALMIN**

En écoutant le débat de ce soir, je reste convaincu qu'il convient de ne pas jouer l'opposition mais la complémentarité. Nous avons besoin d'une agriculture produisant des produits de masse, simples, avec des normes de qualité précises. Nous avons aussi besoin de jouer la carte de la différenciation dans différentes régions, afin de développer une identité, en l'appuyant sur différentes pratiques et différents produits.

Quelle est la fonction d'une vache ? Produire du lait ? De la viande ? De l'aménagement du territoire ? La logique d'aménagement du territoire doit être prise en compte, en matière de production. Il serait peut-être ici nécessaire de rentrer dans une logique de quotas et d'attacher, par exemple, les troupeaux à certains territoires afin de maintenir une présence agricole.

**De la salle, un agriculteur**

Je m'étonne de ne pas entendre parler d'éthique, depuis le début de l'« Université Saveurs & Savoirs ». Aujourd'hui, il convient en effet de veiller à ce que le profit n'efface pas la dimension éthique. En matière de production de Bordeaux, sachez que de nombreux producteurs n'hésitent pas à utiliser des produits « foudroyants » au seul prétexte qu'ils donnent bon goût au vin et en favorisent la vente. En matière de production de tabac, le taux de nicotine est souvent augmenté artificiellement et légalement cette fois, afin de renforcer la dépendance.

**Bertil SYLVANDER**

En matière d'éthique, il ne faut pas fustiger les Etats-Unis et alimenter des polémiques simplificatrices et provocatrices. Il faut poser à tout le monde la question des valeurs sous-jacentes aux modèles de développement avancés. Aujourd'hui, les politiques de l'Europe à l'OMC repose-t-elle sur des valeurs communes ? Je n'en suis pas certain. Cela devrait être clarifié pour pouvoir négocier sur des bases saines. Parmi les différents pays - et au sein même de ces pays - impliqués dans les négociations à l'OMC, des évolutions très rapides se produisent, ce qui interdit la caricature.

De façon globale, il ne faut pas opposer un système libéral et sauvage à un système traditionnel (les deux étant irréalistes et non généralisables), mais construire des systèmes permettant la concurrence, aux plans européen et mondial, cette concurrence devant être organisée sur la base de règles, au sein desquelles la propriété intellectuelle et les biens collectifs liés au patrimoine culturel sont des pivots.

**De la salle**

Comment allons-nous pouvoir défendre une qualité spécifique, au plan international ? En outre, *quid* de la gastronomie mexicaine : a-t-elle été inscrite au patrimoine culturel immatériel de l'humanité ?

**Marie-Noëlle GUERIN**

Tel n'a pas été le cas, aucun produit alimentaire n'a été retenu parmi les 43 sélectionnés. Nous accueillons, ici, jeudi S.E. l'Ambassadeur du Mexique qui nous exposera la démarche de son pays.

**Bertil SYLVANDER**

Concernant la qualité, nous nous référons à une notion de construction sociale, tout problème technique (sanitaire, qualité technologique, etc. ) étant en fait relié à des constructions sociales. La qualité sanitaire repose certes sur des acquis scientifiques, mais son usage dans les négociations est largement idéologique. La conséquence est que l'on fasse une place dans ces négociations aux valeurs intrinsèques qui structurent les positions en présence.

**Jean-Robert PITTE**

Pour conclure, je souligne l'intérêt de notre débat de ce soir, les questions liées à l'alimentation ayant toutes leur place à l'Université. Selon moi, les deux thèses en opposition – produits de masse ou produits de terroir – ont chacune reçu des arguments pertinents. Je rappellerai toutefois que nous avons aujourd'hui besoin de diversité, afin de manger pour exister (manger avec son corps, avec son cœur et avec sa tête).

**François GROSRICHARD**

Merci à tous de votre participation. A demain.