

**ÉCONOMIE
RURALE**

Économie rurale

Agricultures, alimentations, territoires

315 | Janvier-février 2010
la politique agricole suisse

Mesure de l'impact territorial d'initiatives agroalimentaires. Enseignement de deux cas suisses

Measure of the territorial impact of agro-food initiatives. Lessons from two Swiss case studies

Marguerite Paus et Sophie Réviron



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/2546>

DOI : 10.4000/economierurale.2546

ISSN : 2105-2581

Éditeur

Société Française d'Économie Rurale (SFER)

Édition imprimée

Date de publication : 1 février 2010

Pagination : 28-45

ISSN : 0013-0559

Référence électronique

Marguerite Paus et Sophie Réviron, « Mesure de l'impact territorial d'initiatives agroalimentaires. Enseignement de deux cas suisses », *Économie rurale* [En ligne], 315 | Janvier-février 2010, mis en ligne le 05 février 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/2546> ; DOI : 10.4000/economierurale.2546

Mesure de l'impact territorial d'initiatives agroalimentaires

Enseignement de deux cas suisses

Marguerite PAUS, Sophie RÉVIRON • Agricultural Economics, Agri-food & Agri-environmental Economics Group, ETH Zurich - Ecole polytechnique fédérale de Zurich, Suisse

Introduction

Depuis plus de dix ans, se sont développées en Suisse des initiatives de mise en marché de produits agroalimentaires à promesse environnementale ou d'origine. Ces initiatives ont bénéficié et bénéficient encore souvent de soutiens externes, financiers et non financiers, d'institutions publiques ou privées, nationales, régionales et locales. Ces aides sont justifiées par les effets positifs escomptés sur les territoires concernés en termes économique, social et environnemental.

Dès lors, comment vérifier ces impacts territoriaux ? Un champ fécond de recherches s'est développé ces dernières années pour porter un diagnostic, en particulier sur les produits d'origine et les produits Bio.

Cet article met en évidence les difficultés méthodologiques de l'exercice de mesure des impacts territoriaux. Il présente les principaux travaux réalisés à ce jour et propose une méthode originale fondée sur une proposition de renversement de l'appareil de preuves à travers une approche du perçu des effets de l'initiative par des leaders d'opinion externes. Deux cas suisses viennent l'illustrer : le label *Natura Beef*, viande de veau sous la mère, mené par une association de plus de 3 000 producteurs, et le *Pain de seigle valaisan*, Appellation d'origine contrôlée (AOC), piloté par une association interprofessionnelle représentant 2 moulins, 60 boulangers et 80 producteurs.

Dans un premier temps, nous présentons les enjeux du développement régional en Suisse. Ensuite, nous rappellerons les méthodes retenues par différents auteurs,

et en discuterons les résultats et les limites. Puis, nous présenterons la méthode « subjective » que nous avons testée et les résultats obtenus pour les deux cas suisses analysés. Enfin, nous examinerons les résultats et les limites de la méthodologie.

Impact territorial et politique suisse de développement régional

L'impact territorial peut être défini ici comme l'ensemble des effets positifs et/ou négatifs produits par une initiative de mise en marché de produits agroalimentaires sur son territoire (strictement défini comme dans le cas d'une AOC ou plus largement délimité par les frontières nationales comme dans le cas de *Natura Beef*). Ces effets contribuent de façon positive ou négative au développement des territoires ruraux.

En Suisse, la question du développement durable des territoires ruraux est indissociable à la fois de la politique agricole, très axée sur la performance environnementale (*Annexe 1*), et de la politique de développement régional. Plusieurs outils politiques – sectoriels et territoriaux – ont été mis en place afin de promouvoir le développement des territoires ruraux¹. Les cantons disposent d'une grande autonomie et nombre d'entre eux ont élaboré une stratégie de développement agricole et alimentaire, assortie d'une loi agricole et de moyens importants pour le soutien aux projets collectifs. Au

1. Néanmoins, en termes de budget, la politique régionale reste faible par rapport à la politique agricole (100 millions de francs suisses (CHF) par an contre 3,5 milliards en 2006).

plan national, la Confédération reconnaît fortement la multifonctionnalité de l'agriculture, qu'elle défend à l'OMC² (septième rapport du Conseil Fédéral, 1992 ; Lehmann et Stucki, 1997). La loi agricole met en avant des objectifs de contribution à la sécurité et l'approvisionnement de la population, à la conservation des ressources naturelles, à l'entretien du paysage rural et à l'occupation décentralisée du territoire³ (*Annexe I*). L'introduction récente de l'article 93.1.c dans l'ordonnance agricole permet de soutenir financièrement « *des projets en faveur du développement régional et de la promotion des produits indigènes et régionaux auxquels l'agriculture participe de façon prépondérante* ». L'aide aux investissements dans les régions de montagne (LIM), les programmes transfrontaliers *Interreg*, le programme *Regio Plus* et depuis peu la loi sur la création des parcs complètent cet ensemble d'outils en faveur d'initiatives multifonctionnelles. La nouvelle politique agricole suisse, actuellement en discussion (PA2011), s'engage encore davantage en faveur du soutien aux initiatives rurales en contrepartie de la baisse des soutiens des marchés.

La question est alors de pouvoir apprécier quelle est la performance de ces initiatives, afin de mieux fonder les soutiens publics et en apprécier l'efficacité. Ces questions ont ouvert un champ de recherches fécond que nous allons présenter.

État de l'Art Un champ de recherches fécond

Pour les chercheurs, évaluer le différentiel d'impact territorial entre initiatives de mise en marché est un exercice difficile qui

demande de s'interroger de manière claire sur une question précise, englobant à la fois un point de comparaison (dans l'espace ou dans le temps) et un système d'indicateurs pertinents (choix des indicateurs, choix de la présentation des résultats - agrégation).

La méthodologie pour évaluer ces effets ne peut être purement objective. Le choix du point de comparaison et des indicateurs, bien qu'en recherche d'objectivité, résulte d'un processus de sélection qui implique un certain point de vue (van der Ploeg, Renting *et al.*, 2000). Au cours des dernières années, des études se sont intéressées aux performances globales des initiatives rurales avec deux grands principes d'évaluation, formalisant des approches conceptuelles et des finalités différentes : les méthodes dites « objectives » et les méthodes dites « subjectives ». Cette combinaison de méthodes a notamment été utilisée pour mesurer de façon complémentaire des notions réputées difficilement mesurables de part leurs nombreuses composantes, telles que le « bonheur »⁴.

1. Méthodes objectives

Principe des méthodes

Elles fournissent une photographie des différentiels d'impact territorial entre deux états permettant de comparer des exploitations agricoles, des régions ou des filières. Le différentiel est calculé soit à deux moments de temps différents (évaluation diachronique, le point de comparaison est l'objet « avant »), soit entre deux objets « identiques par ailleurs » ; cette expression étant à définir (évaluation synchronique). Ces méthodes

2. Le septième rapport du Conseil fédéral emploie pour la première fois le terme « multifonctionnalité » en 1992 : « *Les prestations non économiques de l'agriculture (multifonctionnalité)* » p. 298-300.

3. Article 1 de la Loi fédérale sur l'agriculture (L.Agr. du 29 avril 1998).

4. Des données « objectives », qui visent à mesurer l'état de richesse d'un pays et le confort dont doivent logiquement bénéficier ses citoyens, tels que le Produit intérieur brut (PIB), ou l'Indice de développement humain (IDH), sont combinées à des indicateurs de bien-être subjectifs, qui rendent compte de l'appréciation des citoyens eux-mêmes de leur situation, tel que le « *Subjective Well-Being Measurement* » (Diener and Suh, 1997 ; White, 2007).

sont fondées sur une comparaison d'indicateurs pouvant être mesurés directement (nombre, prix, pourcentage). Les principales sources sont des données statistiques, des données de comptabilités, d'enquêtes et d'observations de terrain. Néanmoins, des indicateurs plus qualitatifs peuvent être introduits (niveau de formation, etc.) et ces approches font souvent appel à des systèmes de notation de la part des chercheurs.

Différentes échelles d'analyse sont possibles. Le levier évalué peut ainsi être une politique agricole ou rurale, en tant que levier qui influence la performance du système « agriculture et développement rural ». La Commission européenne a, par exemple, proposé un cadre d'analyse avec des indicateurs qualitatifs et quantitatifs des dimensions sociales et économiques de l'agriculture (Commission européenne, 2001). L'objectif est alors de disposer d'outils pour orienter les politiques et les rendre transparentes au public.

À l'échelle locale de l'exploitation agricole, de nombreuses méthodes d'évaluation de durabilité ont été élaborées, que ce soit en termes de durabilité environnementale (van der Werf et Petit, 2002) ou sur les trois piliers du développement durable (IDEA⁵ en France, ADAMA⁶ en Suisse par exemple).

Concernant l'échelle intermédiaire des initiatives rurales ou des filières agroalimentaires, l'évaluation des impacts sur les territoires de production pose de nombreux problèmes méthodologiques. L'échelle est très pertinente, mais le choix des indicateurs est plus délicat que dans les cas précédents, de même que la récolte des données

du fait de sources statistiques plus rares. Néanmoins, plusieurs équipes de recherche ont tenté de mesurer des effets des filières. Les principaux travaux que nous avons identifiés sur le sujet concernent des initiatives agroalimentaires en particulier sur les segments des produits d'origine et des produits issus de l'agriculture biologique. En effet, ces promesses peuvent faire référence à des qualités intrinsèques du produit, de même qu'à des systèmes particuliers de production, de transformation et de commercialisation, qui ont un impact potentiel – positif ou négatif – sur le territoire sur lequel elles se situent.

Révion et Paus (2006) ont proposé dans le cadre du projet européen Siner-GI⁷ une revue bibliographique des études réalisées en Europe pour mesurer l'impact des filières de produits d'origine. Les appellations d'origine sont en effet des initiatives particulièrement intéressantes sur la question du développement régional, dans la mesure où elles sont localement délimitées et où les effets positifs potentiellement attendus peuvent être formalisés. Dans le projet européen Dolphins⁸, un archétype des produits d'origine labélisés a notamment été établi et ses caractéristiques en lien avec des effets sur le développement rural ont été analysées (Belletti et Marescotti, 2002). Par ailleurs, des objectifs plus politiques, liés à la justification de la protection légale des appellations, expliquent également le nombre élevé d'études conduites dans les filières AOC.

7. "Strengthening International Research on Geographical Indications: from research foundation to consistent policy". European specific targeted research project (policy-oriented) SSPE-CT-2005-006522 supported by the European Commission under the Sixth Framework Programme for Research, Technological Development and Demonstration Activities (2005-2008).

8. "Development of Origin Labeled Products: Humanity, Innovation and Sustainability". European concerted action QLK-2000-00593 supported by the European Commission under the Fifth Framework Programme for Research, Technological Development and Demonstration Activities (1998-2002)

5. Indicateurs de Durabilité des Exploitations Agricoles. Méthode développée par la Bergerie Nationale (France) [Vilain, 1999].

6. Analyse de la Durabilité Axée sur des Mesures Adaptées. Méthode développée par la Haute École Suisse d'Agronomie [Häni *et al.*, 2003]. L'équipe du projet ADAMA travaille actuellement sur l'extension de l'évaluation sur l'amont de la filière agricole.

L'Appellation d'origine est fondée par essence sur le lien au territoire. Ses principes généraux, tels que la typicité, l'historicité et le lien au terroir, ancrent la qualification du produit au niveau local, de même que la procédure d'obtention qui donne la prééminence aux interprofessions locales. De fait, plusieurs critères descriptifs vont dans le sens d'un ancrage territorial : origine du capital, cahier des charges AOC, savoir-faire spécifiques non transportables, liens interpersonnels marchands et non marchands, engagement des institutions locales. Perrier-Cornet et Sylvander (2000) soulignent que la dimension territoriale des AOC est rattachée au type de gouvernance de la filière, qui peut être sectorielle ou territoriale. Dans le premier cas, la logique de l'alliance AOC est principalement entrepreneuriale et commerciale, dans le second cas, l'ancrage territorial (*embeddedness*) est un objectif non économique crucial qui gouverne les décisions des partenaires et permet de mobiliser un réseau externe.

La plupart des études concluent que les alliances AOC sont capables de générer des effets positifs sur les territoires mais que ceux-ci ne sont pas garantis par l'obtention de l'AOC ou de l'Indication géographique protégée (IGP) et dépendent plutôt de l'organisation interne de l'alliance qui pilote le label, et des valeurs partagées des membres (Barjolle et Sylvander, 2002 ; Barjolle *et al.*, 2007). De même, il paraît difficile de séparer ce qui relève du cadre légal de la protection des effets liés à la dynamique propre de l'organisation collective (Belletti et Marescotti, 2006). Nous n'insisterons pas dans la suite de cet article sur les conclusions de ces études mais sur les choix méthodologiques des chercheurs.

Évaluation de la performance territoriale Aspects économiques, environnementaux et sociaux

De nombreuses études traitent principalement de la performance économique via le calcul de différentiels de revenus, d'emplois et d'investissements. Barjolle et Thévenod-

Mottet (2004) analysent les effets de l'enregistrement AOC du fromage *Abondance* sur le volume, la localisation et la concentration industrielle de la production, à l'aide d'une méthode de comparaison diachronique. Dupont (1993) a mis en évidence les effets positifs en matière économique de la filière fromagère *Comté*, en la comparant à la filière de sa copie générique. Coutre-Picart (1999) a quantifié le poids économique des filières fromagères AOC savoyardes et ses répercussions en termes de dynamiques locales (mesure de la valeur ajoutée, évaluation des sommes reçues ou versées aux salariés, aux administrations publiques et aux divers fournisseurs de biens et services, nombre d'emplois créés). Une autre comparaison entre les filières de fromages AOC de Savoie et la filière fromagère française (Chatellier et Delattre, 2003) montre notamment que la filière savoyarde obtient les mêmes revenus par unité de travail en dépit de subventions plus faibles. Hauwuy *et al.* (2006) comparent avec des indicateurs économiques les filières savoyardes AOC fromagères à la filière nationale et mettent en évidence les effets locaux sur l'activité agricole et son évolution (spécialisation, évolution du cheptel). Barjolle *et al.* (2007) comparent les prix payés par les consommateurs et le retour de valeur aux producteurs pour différentes AOC fromagères françaises et suisses et concluent que les filières AOC sont capables, sous certaines conditions d'organisation interne, de créer de la valeur et de la distribuer aux producteurs. Desbois et Néfussi (2007), à partir de l'analyse des données du Réseau d'information comptable agricole, concluent pour la production laitière française à des différences significatives pour les prix payés aux producteurs, en faveur de l'AOC. L'augmentation des coûts liés à l'appellation n'absorbe pas la plus-value obtenue.

Cette question de la performance économique est essentielle pour garantir la viabilité des producteurs et entreprises directement impliqués dans l'initiative, d'autant

plus que l'on peut mettre en évidence sous certaines conditions⁹, un effet multiplicateur sur le développement régional (Knickel et Renting, 2000).

Par ailleurs, le projet européen IMPACT a comparé plusieurs initiatives de producteurs dans différents pays d'Europe. Les critères choisis concernaient la valeur ajoutée, le nombre d'exploitations agricoles et le nombre d'emplois liés (van der Ploeg, Long *et al.*, 2002).

Néanmoins, les aspects économiques sont loin d'être les seuls aspects importants de l'impact territorial et différentes études se sont attachées à mesurer les impacts écologiques (de Roest et Menghi, 2002 ; Hirczak et Mollard, 2004 ; Riccheri *et al.*, 2007), les impacts paysagers (Gauttier, 2006) ou les deux (Hauser, 1997 ; Paus, 2003 ; Thévenod-Mottet et Klingemann, 2007). D'autres auteurs se sont intéressés à la dynamique sociale des acteurs impliqués dans la création de l'initiative (Marsden *et al.*, 2000 ; Belletti et Marescotti, 2004). Fraysignes (2005) a analysé quatre pôles fromagers de filières AOC dans leur contexte territorial, intégrant des aspects aussi bien productifs que fonciers, identitaires ou politiques. Il conclut que l'importance économique des filières AOC fromagères est à relativiser à l'échelle régionale mais souligne l'importance d'autres indicateurs mesurables tels qu'un prix du lait potentiellement plus élevé et la valorisation du métier d'agriculteur. Tregear *et al.* (2007) ont récemment discuté la balance entre des objectifs économiques et des objectifs socio-territoriaux.

Dans ce type d'études, la prise en compte des attentes sociales et de la définition du

développement rural par les acteurs du territoire eux-mêmes n'est pas sans poser des difficultés méthodologiques (Paus, 2003). Les critères de performance devraient être définis par les acteurs du développement rural eux-mêmes et non par des observateurs extérieurs.

Les études « objectives » sont d'une grande valeur car elles s'appuient sur des données statistiques solides (*hard data*). Mais elles ne permettent pas d'analyser de façon systématique le champ des effets territoriaux d'une initiative, par manque de données. Les méthodes « subjectives » permettent d'enrichir l'analyse par l'utilisation d'un nombre d'indicateurs plus élevé. En outre, elles mettent en évidence le rôle crucial joué par le réseau externe des initiatives qui fonde ses soutiens sur une appréciation des effets positifs sur les producteurs et le développement régional.

2. Méthodes subjectives

Principe des méthodes

Tous les impacts territoriaux ne peuvent être pris en compte avec une méthodologie « objective », le système d'indicateurs devenant trop complexe, du fait d'un grand nombre de variables difficilement mesurables. Les méthodes « subjectives » adoptent une démarche radicalement différente. Elles s'appuient sur la notion de multifonctionnalité en tant que mécanisme de reconnaissance des rôles des filières pour répondre aux attentes de la société et sur une comparaison de préférences qui mesurent le niveau de reconnaissance des effets positifs ou négatifs d'une initiative par des acteurs externes ou internes.

Les deux types de méthodes se fondent sur l'hypothèse que les initiatives agroalimentaires analysées produisent des biens et des services (marchands et non marchands), et ont un impact territorial (positif ou négatif). Les méthodes dites subjectives sous-tendent que les effets (positifs) des initiatives agroalimentaires doivent être reconnus par la société, et en particulier

9. Les effets multiplicateurs se révèlent intéressants en termes de développement rural si les flux se réalisent en zone rurale, ce qui n'est pas toujours le cas. De plus, certaines conditions supplémentaires doivent être remplies. Callois a récemment mis en évidence l'influence négative de la baisse des coûts du transport sur les effets induits dans l'industrie en zones rurales (Callois, 2006).

par les leaders d'opinion, pour se maintenir ou se développer. L'objet d'étude n'est plus le territoire et ses états réels, comme c'est le cas dans les méthodes objectives, mais les effets perçus et leur niveau de reconnaissance par des acteurs externes de l'initiative qui ont le pouvoir de soutenir ou non l'initiative.

Évaluation de la performance territoriale Aspects économiques, environnementaux et sociaux

Les acteurs interrogés peuvent être des experts (évaluation à dire d'expert), comme cela a été réalisé dans les projets OMIaRD et SUS-CHAIN (Jahn, 2006). Dans le cadre du projet OMIaRD, une enquête DELPHI a été réalisée auprès d'experts de 18 pays européens sur les questions de marchés des produits biologiques et de leurs effets sur le développement rural. La petite taille des initiatives bio a été soulevée comme facteur limitant l'impact sur le développement rural en comparaison à des initiatives non bio. Le jugement des experts sur la contribution de l'agriculture bio en termes de développement rural n'a pas été partagé, excepté pour les questions de fertilité du sol, d'environnement local et de paysage (Padel, Seymour *et al.*, 2003).

Une autre approche consiste à interroger des acteurs décisionnaires. Cette approche a été appliquée en 2000 pour le Canton du Valais en Suisse (Lehmann, Stucki *et al.*, 2000) afin de répondre à la question des autorités régionales : « *Qu'est-ce qui disparaîtrait et serait perdu si l'agriculture valaisanne venait à décliner suite à une réduction drastique des paiements directs ?* » Cette question a ensuite été reformulée comme suit : « *Quels sont les effets des différentes filières agroalimentaires régionales sur le territoire valaisan qui seraient perdus en cas de déclin de l'activité agricole ?* ». Des leaders d'opinion de différents groupes sociaux ont été interrogés sur les effets de différentes filières de production agricole sur le territoire, à l'aide d'échelles de Likert

(pour une présentation de la méthode, voir la section ci-dessous intitulée : « Présentation d'une enquête »).

Dans une étude sur l'agriculture biologique en Australie, Lockie et Halpin (2005) ont utilisé des échelles de Likert de cinq points pour comparer les motivations des agriculteurs conventionnels et bio. Les principaux écarts de points entre ces agriculteurs concernent les questions de l'utilisation des produits chimiques (santé), la qualité de l'environnement (biodiversité, énergie) et la santé des animaux, ainsi que la qualité des produits (sanitaire et nutritive). La question du développement rural, posée à travers l'évaluation de la contribution à l'économie régionale et à l'emploi local, fut une des motivations les moins avancées, aussi bien chez les producteurs bio que conventionnels.

Les études « subjectives » permettent ainsi de mesurer de façon systématique un grand nombre d'indicateurs variés et de mettre en évidence des divergences d'opinion ou au contraire des consensus sur la contribution d'une initiative au développement rural, ce que ne permettent pas les études « objectives ». Nous allons développer ce point et l'illustrer dans la section suivante, à partir d'une étude ayant mesuré la reconnaissance de l'impact territorial de deux initiatives suisses.

Présentation d'une enquête La reconnaissance de l'impact territorial

Nous avons conduit durant l'année 2006 une analyse visant à identifier les effets « perçus » des deux cas analysés par l'équipe suisse dans le cadre du projet SUS-CHAIN (*Pain de seigle valaisan AOC* et *Natura Beef*)¹⁰, en comparaison avec leurs principaux concurrents.

10. Les études de cas complètes peuvent être consultées sur le site du projet www.sus-chain.org/results et dans Roep D. & Wiskerke H., 2006, chapitres 7 et 14.

1. Méthode

Suivant notre typologie de méthodes d'évaluation présentée dans la section précédente, la méthode que nous avons choisie relève des méthodes subjectives. Nous pensons que les effets territoriaux d'une initiative peuvent se mesurer à travers leur niveau de reconnaissance par les acteurs externes de l'initiative : institutions régionales, fédérales, publiques et privées, associations de protection de la nature, journalistes, etc. L'objectif de l'étude que nous avons conduite était d'évaluer la perception qu'ont les bailleurs de fonds et les leaders d'opinion publique sur les effets externes positifs ou négatifs, générés par la mise en marché d'un produit. Il ne s'agit donc pas de mesures objectives par une expertise de durabilité mais d'une approche par échelles de Likert, méthode éprouvée en marketing pour mesurer les attitudes. Elle consiste en une série de déclarations et les interviewés sont amenés à dire leur degré d'accord avec cette déclaration à l'aide d'une échelle graduée (voir l'exemple en *Annexe 2*). Le principal intérêt de cette méthode est de quantifier les attitudes et de souligner les consensus et les divergences au sein des groupes. La principale difficulté méthodologique est le choix des items. Ceux-ci doivent être sans ambiguïté, univoques et un test rigoureux a du être réalisé avant l'enquête proprement dite. Au total, nous avons retenu 21 items, répartis entre trois grilles d'analyse : économique, environnementale et sociale, en nous appuyant sur le paradigme classique du développement durable. La mesure de l'impact territorial a été divisée en deux composantes : d'une part la notation des items (performance reconnue), que nous avons croisée à la taille de l'initiative et du territoire pertinent. Le détail de la méthode est présenté dans l'*Annexe 2*.

Trente personnes ont été sélectionnées et interviewées sur la base de plusieurs critères. Tout d'abord, toutes les personnes interrogées peuvent être considérées comme des experts avec des connaissances solides

à la fois sur la question de la politique agricole suisse et sur les produits à évaluer et leur mode de production associée¹¹. Les experts ont également été sélectionnés pour leur pouvoir à favoriser ou freiner le développement de l'initiative, à travers leur soutien financier, politique ou scientifique, de même qu'à travers leur pouvoir de véhiculer une image positive ou négative de la filière. Enfin, nous avons veillé à avoir une large diversité dans les institutions et postes représentés : représentants des autorités nationales et régionales (ministère de l'Agriculture, de la propriété intellectuelle), représentants d'associations agricoles, environnementales et de consommateurs, chercheurs et journalistes.

Les sections suivantes présentent les résultats des deux cas suisses. Ces résultats sont formulés avec l'indication des surfaces ou du nombre de producteurs, les impacts territoriaux ne pouvant être évalués sans tenir compte de la variable « taille » ou « diffusion » des initiatives.

2. Résultats pour le Pain de seigle valaisan AOC

Le Valais est un canton montagneux au sud de la Suisse. Pendant des siècles, les paysans valaisans ont vécu en autosuffisance. Le pain était fait à partir du seigle, la seule céréale panifiable adaptée à la rigueur du climat alpin et les paysans pouvaient prendre les grandes miches avec eux pendant les

11. Boisseaux (2007) a récemment introduit le terme d'« élites itinérantes » pour qualifier les experts travaillant sur les appellations d'origine contrôlées en Suisse et montré la grande mobilité professionnelle de ces cadres, qui s'accompagne de connaissances approfondies dans des domaines complémentaires (par exemple, passage d'un poste à l'Office fédérale de l'agriculture en tant qu'expert sur les produits de qualité, à la promotion et la défense professionnelle puis aux autorités cantonales). Cette observation nous paraît valable plus largement pour ce qui touche à l'emploi dans le secteur agricole et alimentaire en Suisse, même si le phénomène est particulièrement observé sur la question spécifique des AOC.

périodes de montée à l'alpage. Cette époque est loin, mais le pain de seigle valaisan a été relancé, non seulement pour des questions d'habitudes alimentaires qui valorisent les farines complètes pour un régime alimentaire sain et équilibré, mais aussi grâce à la construction d'une petite organisation collective régionale performante (Réviron, 2005). Le pain est vendu principalement en Valais mais commence à être commercialisé dans d'autres cantons suisses. En 2007, l'initiative compte 80 producteurs de seigle, 63 boulangers et 2 meuniers, pour une production d'environ 700 tonnes de seigle (un peu plus de 100 ha). Le Pain de seigle valaisan a été enregistré en 2004 comme AOC, malgré de fortes oppositions de concurrents qui vendent une version industrielle du produit.

Quels sont les effets reconnus, en termes de développement régional, selon quel consensus et quel écart par rapport aux effets d'autres initiatives de mise en marché de pain ? Le produit final Pain de seigle valaisan AOC a en effet été comparé avec quatre de ses principaux concurrents sur le marché suisse de la consommation de pain. – Un pain mi-blanc standard de la *Coop*¹². Le pain conventionnel est toujours la référence du marché. Au nombre de 30 000 producteurs produisent 390 000 tonnes de blé panifiable. Du fait de la politique agricole suisse qui lie les paiements directs à des prestations écologiques requises, ce standard de production pourrait bénéficier d'un label écologique dans un pays européen.

– Un pain mi-blanc IP-Suisse de la *Migros*. IP-Suisse est un label écologique qui a été lancé en 1991 par une association de producteurs. Actuellement, l'association compte 5 800 producteurs, qui cultivent 22 500 ha de blé panifiable et produisent

118 000 tonnes. Les principaux canaux de commercialisation sont le distributeur *Migros* (dont tous les pains sont certifiés IP-Suisse ou bio) et le boulanger industriel *Hiestand AG*.

– Un pain spécial à farine complète issue de céréales de culture biologique *Coop* Naturaplan. Les pains Naturaplan sont des pains bio vendus dans les supermarchés *Coop*. La plupart des pains sont préparés à base de farine complète, avec des céréales issues de la culture biologique, produites en Suisse ou importées.

– Un pain de seigle rond de la *Migros*. C'est une copie industrielle du pain de seigle valaisan AOC et fabriqué avec de la farine de céréales issues de l'agriculture biologique, principalement importées.

Les graphes 1, 2, et 3 présentent les résultats des études de Likert¹³.

- Le pain de seigle valaisan AOC a obtenu les meilleurs résultats sur pratiquement tous les items et souligne l'effet positif en termes d'image d'une initiative AOC bien positionnée, avec un grand consensus au sein des personnes interrogées. L'impact économique en ce qui concerne la création de valeur ajoutée, l'accès au marché, les primes payées aux producteurs, les synergies avec le tourisme sont reconnues. L'impact territorial dans une zone excentrée montagnaise est apprécié. Les résultats environnementaux sont proches de ceux du bio. Ceci est certainement plus lié à l'excellente image de la production extensive en zones de montagne qu'à une connaissance précise du cahier des charges (production biologique ou intégrée *extenso* supérieure au standard suisse).

- Le pain IP-Suisse obtient aussi des notes très positives en matière économique et environnementale avec un impact impor-

12. *Coop* et *Migros* sont les deux principales enseignes sur le marché de la distribution en Suisse. A eux deux, ils commercialisent plus de 75 % des produits alimentaires frais consommés à domicile (produits laitiers, fruits et légumes...).

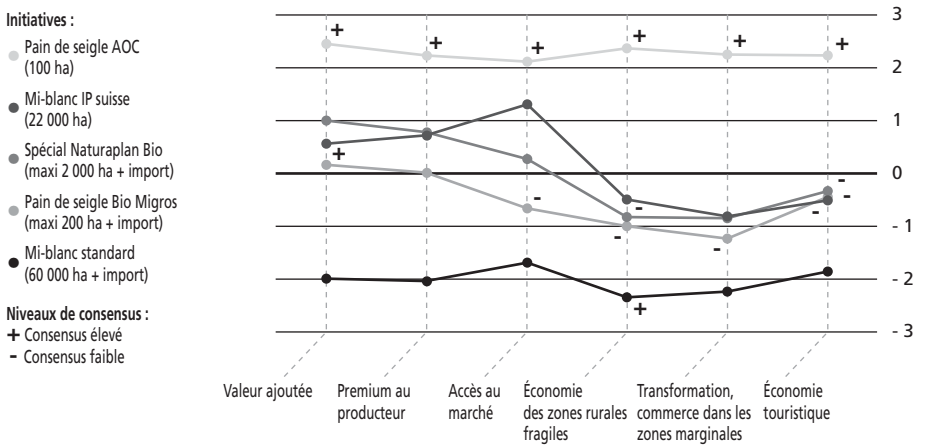
13. Pour une présentation détaillée des résultats, se référer aux rapports des études de cas sur www.sus-chain.org.

tant étant données les surfaces concernées (22 000 ha, un quart des surfaces en céréales panifiables en Suisse). La contribution au développement des zones marginales est moins bien notée, du fait de la répartition de la production sur l'ensemble du territoire. Concernant la copie du pain de seigle valaisan, produite de façon industrielle avec de la farine de seigle issue de culture biologique, mais principalement importée, l'écart d'image avec le pain de seigle valaisan est

très élevé. Nous observons une cohérence entre l'AOC et la copie en ce qui concerne le perçu d'une alimentation saine (farine de seigle). Mais son image et sa promesse apparaissent floues.

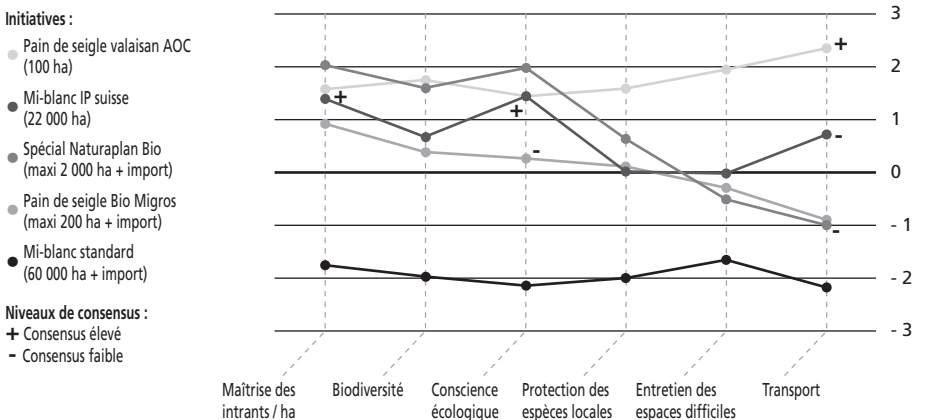
• Les pains standards sont mal notés pour tous les items alors que, pourtant, la production suisse de céréales panifiables respecte des prestations écologiques requises, du fait de la politique agricole suisse (voir *Annexe 1*).

Graphie 1. Résultats de l'échelle de Likert pour les aspects économiques de l'initiative Pain de seigle valaisan AOC en comparaison de ses concurrents



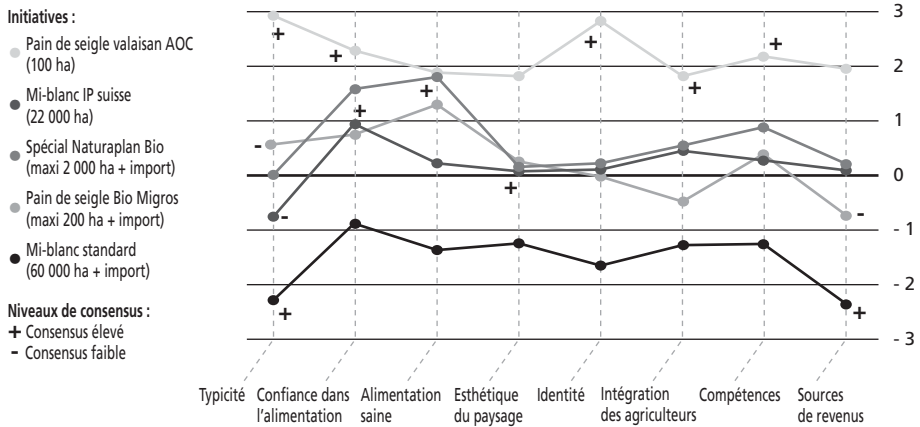
Source : les auteures

Graphie 2. Résultats de l'échelle de Likert pour les aspects environnementaux de l'initiative Pain de seigle valaisan AOC en comparaison de ses concurrents



Source : les auteures

Grphe 3. Résultats de l'échelle de Likert pour les aspects sociaux de l'initiative
Pain de seigle valaisan AOC en comparaison de ses concurrents.



Source : les auteures.

3. Résultats pour Natura Beef

Natura Beef est une initiative de grande taille (près de 4 000 producteurs répartis dans toute la Suisse) née dans les années 1970 avec l'introduction de la production de veau sous la mère, en réponse à l'introduction des quotas laitiers (Damary, 2004). Le produit est actuellement commercialisé principalement par le distributeur *Coop* dans toute la Suisse.

Le produit viande de bœuf *Natura Beef* a été comparé avec quatre de ses principaux concurrents sur le marché de la consommation suisse de la viande de bœuf (graphes 4, 5 et 6).

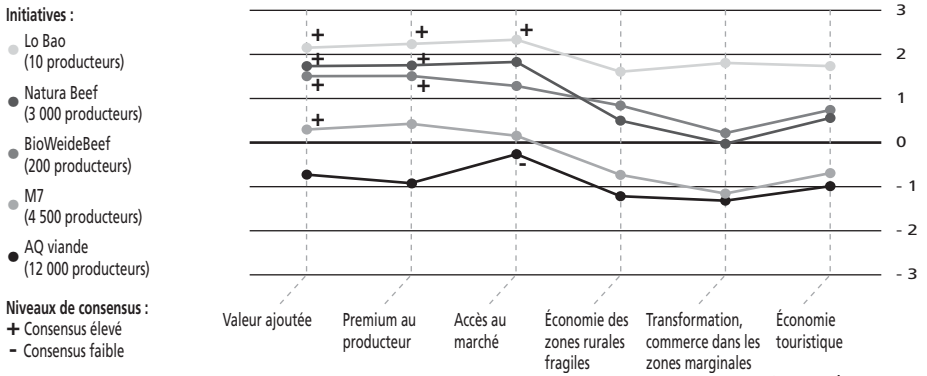
- AQ viande, développée par l'Union suisse des producteurs, garantit une traçabilité et est considéré comme le marché standard des produits suisses et la quasi-totalité de la production répond aux exigences des prestations écologiques requises.
- Bio WeideBeef, viande de bœuf avec un label bio, principalement vendu via le distributeur *Migros*.
- Lo Bao, une petite initiative dans le canton de Vaud, basée sur l'élevage de la race d'Hérens.
- M7, le label du bien-être animal extra standard, développé par la *Migros*.

- L'initiative *Natura Beef* est bien notée par rapport à ses concurrents pour de nombreux items. Sa contribution économique en matière de création de valeur ajoutée, accès au marché, prime payée aux producteurs est reconnue. L'impact dans les zones marginales est moins reconnu, du fait de la répartition sur l'ensemble du territoire. Au plan environnemental, le bien-être animal et la gestion des intrants sont considérés comme très satisfaisants. Au plan social, la contribution à une alimentation plus saine est reconnue par les personnes interrogées.

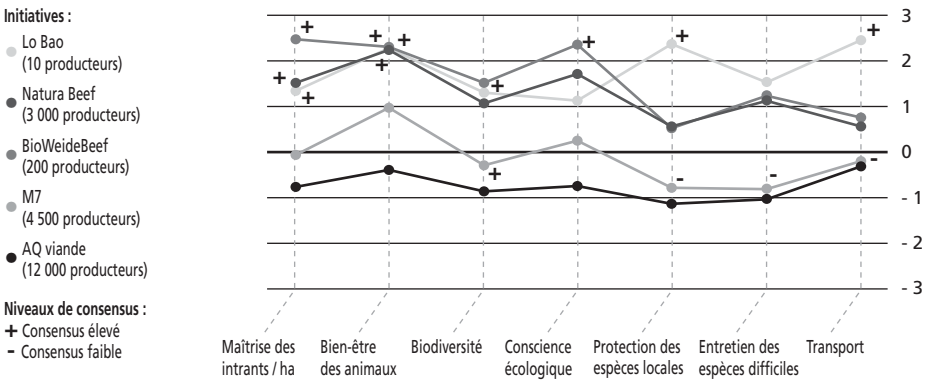
- Bio WeideBeef est saluée pour sa performance environnementale. L'initiative est toutefois dépassée sur tous les items par Lo Bao, du fait de son positionnement local très marqué, du choix de la race d'Hérens dont l'image est très forte et d'une organisation de petite taille très active.

- Les initiatives M7 et AQ viande sont en queue de classement. AQ viande obtient de nombreuses notes négatives, ce qui paraît peu justifié au regard des règles de production en Suisse.

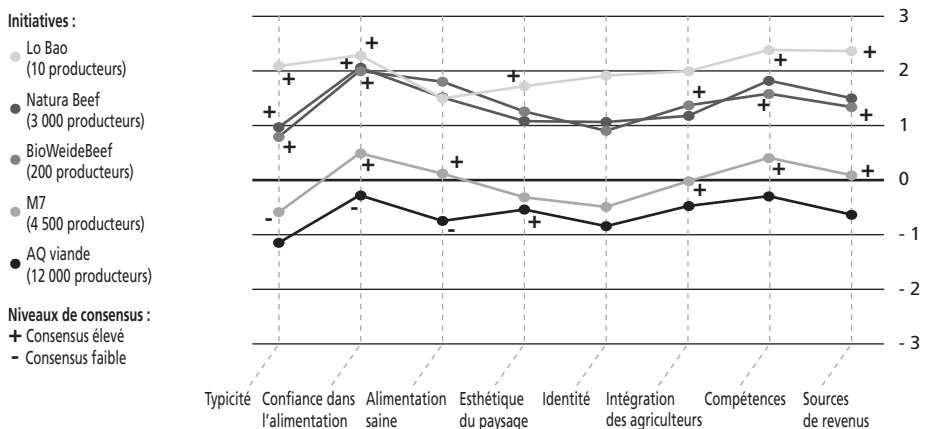
Graph 4. Résultats de l'échelle de Likert pour les aspects économiques de l'initiative Natura Beef en comparaison de ses concurrents.



Graph 5. Résultats de l'échelle de Likert pour les aspects environnementaux de l'initiative Natura Beef en comparaison de ses concurrents.



Graph 6. Résultats de l'échelle de Likert pour les aspects sociaux de l'initiative Natura Beef en comparaison de ses concurrents.



Discussion

La présentation de ces deux études de cas, très différentes par leur profil marketing et leur taille, permet de dégager des conclusions intéressantes tant en ce qui concerne la performance proprement dite que la méthode utilisée pour la mesurer.

1. Analyse comparative des résultats

Les résultats présentés ci-dessus présentent des points communs intéressants. En premier lieu, les petites initiatives bien positionnées et fortement localisées (*Pain de seigle valaisan AOC* et *Lo Bao*) obtiennent des notes très élevées pour tous les items avec un fort consensus. Elles sont considérées comme très performantes pour toutes les dimensions : économique, territoriale, environnementale et sociale. Cette performance est liée à leur ancrage territoriale et la cohérence entre leur promesse marketing et les attributs des territoires où elles sont installées. Cette excellente image parmi les leaders d'opinion permet à ce type d'initiatives de bénéficier de soutiens publics importants, en particulier au niveau régional (Réviron, 2005). Ceci étant, l'impact territorial est significatif au niveau local / régional mais limité du fait de la petite taille des initiatives.

En second lieu, dans les deux cas, de très grandes initiatives (IP Suisse et *Natura Beef* avec plus de 3 000 producteurs) sont bien notées. Il s'agit d'initiatives faiblement localisées, avec une promesse de durabilité plus focalisée sur les aspects environnementaux (IP Suisse) ou bien-être animal (*Natura Beef*). Ces deux initiatives se sont développées à l'initiative privée de quelques producteurs et reposent sur une stratégie de vente en partenariat avec la grande distribution. Ces initiatives obtiennent des notes élevées sur les aspects économiques et environnementaux, ce qui est conforme à leurs objectifs. Par contre, les exploitations partenaires étant dispersées sur tout le territoire suisse, l'impact territorial est diffus. Ces

deux initiatives sont peu soutenues par les autorités publiques mais ont bénéficié de l'appui technique d'instituts de recherche pour la mise au point de techniques de production innovantes.

Dans les deux cas, les produits bio sont effectivement les mieux notés pour les aspects environnementaux, tel que la maîtrise des intrants par ha. Mais l'écart avec les produits AOC ou les produits à promesse environnementale – très développés en Suisse, voir *Annexe 1* – est étonnamment faible (moins d'1 point, voir *graphes 2 et 5*). En outre, la surface réduite des initiatives Bio comparées à IP Suisse et *Natura Beef* limitent l'impact environnemental global. De plus, l'importance des matières premières importées dans les produits de boulangerie bio vendus en Suisse dégrade sa notation dans la mesure où les effets positifs potentiels ne s'appliquent que très partiellement en Suisse. Ceci pose la question de la relocalisation du bio, discutée actuellement par les professionnels de la filière suisse.

Enfin, les filières standard (mi-blanc standard, AQ viande) sont mal notées pour tous les items, avec de nombreuses notes négatives. Ceci est lié notamment à des doutes sur des mélanges avec des produits importés. Ce mauvais résultat est surprenant au regard des exigences suisses en matière de production végétale et animale, du fait des conditions écologiques requises et des règles de détention des animaux (voir *Annexe 1*). Ce déficit d'image des produits standard suisses, en dépit d'une politique agricole très exigeante et des efforts engagés par les producteurs depuis 1992, ouvre la question de l'efficacité de la communication sur les qualités spécifiques des produits suisses et fait actuellement l'objet de différentes études auprès des professionnels et des consommateurs (Réviron, 2007).

Le choix des produits/systèmes mis en comparaison relève des choix méthodologiques que nous allons discuter maintenant.

2. Aspects méthodologiques

En premier lieu, comme nous le soulignons dans l'introduction de la section relative à l'État de l'art, le point de référence est crucial. La démarche offre des comparaisons plutôt qu'elle n'évalue une performance absolue. Cette mesure des écarts permet de mettre en évidence des valeurs souvent surprenantes par rapport à une vision préconçue. Rappelons néanmoins que dans notre étude, nous avons choisi de comparer les systèmes de production des principaux produits offerts à la consommation en Suisse. Les résultats auraient été décalés si nous avions sélectionné un ensemble différent, ce qui est classique pour une approche par *benchmarking* (analyse comparative).

Concernant le type de personnes que nous avons interrogées, il convient d'être vigilant sur les risques d'auto-complaisance. Certaines personnes enquêtées soutiennent des initiatives et pourraient être tentées de les sur-noter afin de justifier leur décision de soutien. C'est pourquoi il est recommandé d'inclure dans l'échantillon des personnes ayant pouvoir d'influence mais pas de pouvoir direct de soutien financier, tels que les journalistes et de bien prendre en compte les divergences d'opinions.

Nous pensons que ce type d'études pourrait être réalisé auprès d'autres publics (tels que des consommateurs). Une étude a été menée récemment avec la même méthode auprès des acteurs de la filière pain de seigle valaisan AOC (Gle, 2006). Cette étude a permis entre autres de mettre en évidence des différences d'évaluations entre les meuniers et les boulangers. Par ailleurs, une différence notable est apparue avec nos résultats : le pain mi-blanc standard n'a pas été noté négativement, car tous les professionnels produisent également des produits standard (blé de boulangerie, farine blanche, pain mi-blanc) et tous ont considéré que les produits étaient suisses.

En second lieu, l'approche que nous avons retenue présente l'intérêt d'être systématique. Tous les items sont indépendants

les uns des autres et il est exclu de les additionner. Une initiative peut être jugée très performante pour certains items et moins bien pour d'autres et l'objectif n'est pas forcément d'être performant sur tous les items. Cette approche permet de comparer différentes initiatives, ce que ne permettent pas les méthodes « objectives », du fait d'un manque d'outils de mesure. Il nous paraît toutefois pertinent de croiser les deux approches lorsque cela est possible (valeur ajoutée, primes payées aux producteurs, utilisation des intrants, part des variétés/espèces locales...) pour vérifier si l'image est conforme aux réalisations effectives. Les décalages doivent inciter les initiatives à corriger dès que possible les items concernés, afin d'éviter des déceptions qui pourraient nuire à l'image de l'initiative dans son ensemble (ainsi celle de *Pain de seigle valaisan AOC* conduit actuellement des essais techniques sur l'utilisation de variétés autochtones de seigle). En effet, un des risques de la méthode, par essence subjective, est de rendre compte d'une perception – éventuellement partagée – erronée.

Conclusion

Nous observons que la mesure des effets sur le territoire d'initiatives mettant en marché des produits agricoles à promesse environnementale ou d'origine est un champ de recherche très actif et fécond. Ces travaux font le lien entre activité économique et impacts territoriaux et devraient pouvoir être étendus à d'autres activités et d'autres pays. Un nouveau champ se développe actuellement pour identifier *a priori* la progression des impacts territoriaux attendus du soutien par des acteurs externes (ONG, autorités publiques) à une initiative de mise en marché de produits sous indication géographique (Barjolle *et al.*, 2008).

Cette question est fortement liée à l'ancre territoriale de ces initiatives et à la construction de réseaux externes qui les

soutiennent financièrement et non financièrement (appui technique et marketing). Notre étude s'appuie fortement sur l'existence de ces réseaux externes pour mesurer de façon indirecte les effets perçus sur le développement rural. L'intérêt de cette approche est son caractère systématique qui permet, d'une part de mesurer des items pour lesquels il n'y a pas d'outil de mesure « objective », d'autre part de comparer les initiatives avec leurs princi-

paux concurrents. En outre, il s'agit d'une mesure quantitative sur petits échantillons qui met en évidence les consensus et les divergences d'opinion. Ces résultats devraient inciter les initiatives à identifier leurs points forts et leurs points faibles et à décider d'éventuels ajustements. Ils devraient permettre aux bailleurs de fonds et aux leaders d'opinion d'apprécier, de vérifier, de comparer, et de justifier leur soutien. ■

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Barjolle D., Sylvander B. (2002). Some Factors of Success for Origin Labelled Products in Agri-Food Supply Chains in Europe: Market, Internal Resources and Institutions. *Economies et Sociétés, Cahiers de l'ISMEA*, Série Développement Agroalimentaire, n° 25, septembre-octobre.
- Barjolle D., Thévenod-Mottet E. (2004). Ancrage territorial des systèmes de production : le cas des Appellations d'origine contrôlée. *Industries Alimentaires et Agricoles*, n° 6, Juin, p. 19-27.
- Barjolle D., Réviron S., Sylvander B. (2007). Création et distribution de valeur économique dans les filières de fromages AOP. *Economie et Sociétés*, Série « Systèmes agroalimentaires », AG, n° 29, p. 1507-1524.
- Barjolle D., Paus M., Perret A. (2008). *Impacts of Geographical Indications. Review of Methods and Empirical Evidences*. - Siner-GI Final Conference. Strengthening International Research on Geographical Indications: from research foundation to consistent policy Siner-GI Project, 21 p.
- Belletti G., Marescotti A. (2002). *OLPs and rural development*. WP3 Report, Action concertée DOLPHINS, 270 p.
- Belletti G., Marescotti A. (2004). Acteurs, stratégies et conflits dans les processus d'institutionnalisation des produits typiques de montagne : le cas du Lardo de Colonnata. Colloque « *Qualité, produits, terroir... montagne et mondialisation* ». Chambéry, 26 novembre.
- Boisseaux S. (2007). *Le dispositif des Appellations d'origine contrôlées et Indications géographiques protégées en Suisse, 1990-2006*. De nouveaux pouvoirs aux interstices de l'action publique. Thèse de Doctorat en Science Politique, Université de Lausanne, Université Pierre-Mendès-France de Grenoble, 461 p.
- Callois J.-M. (2006). Quality labels and rural development: a new economic geography approach. *Cahiers d'Economie et de Sociologie Rurales*, n° 78, p. 32-51.
- Chatellier V., Delattre F. (2003). *La production laitière dans les montagnes françaises : une dynamique particulière pour les Alpes du Nord*. INRA Productions animales, février, 16(1), p. 61-76.
- Commission européenne. (2001). *A framework for Indicators for the Economic and Social Dimensions of sustainable Agriculture and Rural Development*. Bruxelles, Commission staff working paper, 37 p.

- Conseil fédéral (1992). *Septième rapport sur l'agriculture*. Berne, OCFIM, 27 janvier, n° 92.011.
- Coutre-Picard L. (1999). Impact économique des filières fromagères AOC savoyardes. *Revue Purpan*, n° 191, p. 135-153.
- Damary P. (2004). *Natura Beef case study*. Projet européen SUS-CHAIN. Marketing sustainable agriculture products: effects of new supply chains on rural development, 30 p.
- Desbois D., Néfussi J. (2007). *Signes de qualité : quels résultats économiques pour le producteur ?* Demeter 2008, p. 49-96.
- De Roest K., Menghi A. (2002). The production of Parmigiano Reggiano cheese. In van der Ploeg J. D., Long A., Banks J., "Living Countrysides: Rural Development Processes in Europe. The State of the Art." Doetinchem, Elsevier bedrijfsinformatie BV, p. 64-72.
- Diener E., Suh E. (1997). Measuring quality of life ; economic, social and subjective indicators. *Social Indicators Research*, 40(1-2), p. 189-216.
- Dupont F. (2003). *Impact de l'utilisation d'une indication géographique sur l'agriculture et le développement rural – France – Fromage de Comté*. Paris, Ministère de l'agriculture (MAAPAR), présentation disponible sous <http://www.origin-gi.com/index.php>.
- Frayssignes J. (2005). *Les AOC dans le développement territorial, une analyse en termes d'ancrage appliqué au cas français des filières fromagères*. Toulouse, Ecole doctorale TESC, Thèse de Géographie, ENSAT, 469 p.
- Gauttier M. (2006). *Appellations d'origine contrôlée et paysages*. Institut national des appellations d'origine contrôlée, 76 p.
- Gle E. (2006). *Impacts des signes officiels de qualité sur le développement local. Cas de l'AOC pain de seigle valaisan, Suisse*. Montpellier, Thèse de Master Spécialisé DAT-VALOR, Décembre, 130 p.
- Häni F., Braga F. Stämpfli A., Keller T., Fischer M., Porsche H. (2003). RISE, a tool for holistic sustainability assessment at the farm level. *IAMA International Food and Agribusiness management review*, 6 (4), p. 78-90.
- Hauser S. (1997). *Qualification d'un produit agricole et conséquences possibles sur la gestion de l'espace. Le cas des AOC Saint-Marcellin*. Paris-Grignon, Rapport de diplôme et de DEA, Institut National Agronomique.
- Hauwuy A., Delattre F., Roybin D., Coulon J.-B. (2006). *Conséquences de la présence de filières fromagères bénéficiant d'une Indication géographique sur l'activité agricole des zones considérées: l'exemple des Alpes du Nord*. INRA Production Animales, 19 (5), p. 371-380
- Hirczak M., Mollard A. (2004). Qualité des produits agricoles et de l'environnement : le cas de Rhône-Alpes. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 5, p. 845-868.
- Jahn G., Peter S., Knickel K. (2006). *Comparative case study analysis*. WP6, Marketing sustainable Agriculture: An analysis of the potential role of new food supply-chain in sustainable rural development - SUS-CHAIN Project, 100 p.
- Knickel K.-H., Renting H. (2000). Methodological and Conceptual Issues in the Study of Multifunctionality and Rural Development. *Sociologia Ruralis*, p. 512-528.
- Lehmann B., Stucki E.W (1997). Les paiements directs, instrument central de la politique agricole suisse. *Économie rurale*, Septembre-octobre, n° 241, p. 34-42.
- Lehmann B., Stucki E.W., Claeymann N., Miéville-Ott V., Réviron S., Rognon P. (2000). *Vers une agriculture valaisanne durable*. ETH Zurich, Antenne romande de l'Institut d'Économie Rurale, 306 p.
- Likert R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. *Achieves of Psychology*.

- Lockie S., Halpin D. (2005). The "Conventionalisation" Thesis reconsidered: structural and ideological transformation of Australian organic agriculture. *Sociologia Ruralis*, Octobre, vol. 45, n° 4, p. 284-307.
- Marsden T., Banks J., Bristow G. (2000). Food supply Chain Approaches: Exploring their role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, vol. 40, n° 4, p. 424-438
- Padel S., Seymour C., Foster C. (2003). Report of all three rounds of the DELPHI Inquiry on the European Market for Organic Food. *Organic marketing initiatives and rural development* (OMIARD), Octobre, 53 p.
- Paus M. (2003). *Test de faisabilité de la méthode d'évaluation de l'impact territorial d'une filière de qualité: application à la filière raclette au lait cru. Une comparaison entre le Val d'Illeze et le district d'Entremont, Valais*. ETH Zurich, Institut d'Économie Rurale, 2003/1, 107 p.
- Perriet-Cornet Ph., Sylvander B. (2000). *Firmes, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine*. Économie rurale, n° 258, p. 79-89.
- Réviron S. (2005). *Rye bread of Valais PDO Case study*. Projet européen SUS-CHAIN, Marketing sustainable agriculture products: effects of new supply chains on rural development, 35 p.
- Réviron S. (2007). *Rapport sur la préférence et le consentement à payer des consommateurs suisses pour les volailles suisses*. ETH Zurich, IED, avril.
- Réviron S., Paus M. (2006). *Impact analysis methods - SINER-GI Special Report*. Strengthening International Research on Geographical Indications: from research foundation to consistent policy SINER-GI Project, 35 p.
- Roep D., Wiskerke H. (2006). *Nourishing networks: fourteen lessons about creating sustainable food supply chains*. Agri-boek, 176 p.
- Riccheri M., Görlach B., Schlegel S., Keefe H., Leipprand A. (2007). *Assessing the applicability of geographical indications as a means to improve environmental quality in affected ecosystems and the competitiveness of agricultural products*. WP3 European project IPDEV, 125 p.
- Thévenod-Mottet E., Klingemann A. (2007). *Dimensions environnementales et paysages des AOC-IGP en Suisse et territorialisation des promesses de durabilité agro-alimentaires*. Paris/Cergy-Pontoise, Congrès ERSAs-ASRDLF, 29 août-2 septembre, 16 p.
- Tregear A. ; Arfini F., Belletti G. ; Marescotti A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, 23, p. 12-22.
- van der Ploeg J.D., Long A., Banks J. (2002). *Living Countrysides: Rural Development Processes in Europe - The State of the Art*. Doetinchem, Elsevier bedrijfsinformatie BV, 231 p.
- van der Ploeg J.-D., Renting H., Brunori G., Knickel K., Mannion J., Marsden T., de Roest K., Sevilla-Guzmán E., Ventura F. (2000). Rural Development: from Practices and Policies towards Theory. *Sociologia Ruralis*, vol.40, n° 4, p. 391-408.
- van der Werf H.M.G., Petit J. (2002). Evaluation de l'impact environnemental de l'agriculture au niveau de la ferme - comparaison et analyse de 12 méthodes basées sur des indicateurs. *Le Courrier de l'Environnement*, 46, 14 p.
- Vilain L. (2000). *La méthode IDEA, indicateurs de durabilité des exploitations agricoles*. Dijon, Guide d'utilisation. Educagri Éditions, 152 p.
- White A. (2007). *A global projection of subjective well-being: a challenge to positive psychology*. Psych-Talk, p. 17-20.

ANNEXES

Annexe 1. La politique agricole suisse

Une réforme de la Politique agricole a été initiée en 1992 ; elle est fondée sur le découplage à la production. Les prix des produits ont été réduits et les paiements directs ont été introduits. Ces paiements directs ont rapidement été liés à des performances écologiques. A l'heure actuelle, tous les paysans doivent répondre au minimum des Prestations écologiques requises (PER) pour toucher les paiements directs.

Les PER comprennent les exigences suivantes :

- Garde des animaux de rente respectueuse de l'espèce : respect des dispositions de l'ordonnance sur la protection des animaux.
- Bilan de fumure équilibré : tolérance maximale de 10 % pour les engrais azotés et phosphatés ;
- Part équitable de surfaces de compensation écologique¹ : 3,5 % de la SAU dans le cas des cultures spéciales, 7 % pour le reste de la SAU ;
- Assolement régulier pour les exploitations comptant plus de 3 ha de terres ouvertes : au moins 4 cultures différentes par an, observation des parts maximales de cultures et des pauses entre les cultures ;
- Protection appropriée du sol pour les exploitations comptant plus de 3 ha de terres ouvertes, dans la Zone de montagne I (ZM I) comprise : indice de protection du sol de 50 points (cultures maraîchères : 30 points).
- Sélection et utilisation ciblée des produits de traitement des plantes : restriction pour les herbicides en prélevée, les granulés et les insecticides. Observation des seuils de tolérance et des recommandations des services de prévision et d'avertissement. Témoin non traité en cas d'utilisation de régulateurs de croissance dans les céréales ou de fongicides sur le colza, et lorsque des autorisations spéciales sont accordées.

L'importance des paiements directs dans le revenu des agriculteurs suisses est telle que 95 % de la SAU est exploitée suivant les PER.

En plus des paiements directs généraux, les paysans peuvent participer à des programmes spécifiques volontaires plus exigeants encore qui leur permettent de toucher les paiements directs écologiques (agriculture biologique, sorties des animaux en plein air, etc.)

En 1996, le contrat entre la société suisse et son agriculture a été énoncé dans la Constitution après une votation populaire qui obtint 78 % de votes favorables.

L'Article 104 stipule que : « *La Confédération veille à ce que l'agriculture, par une production répondant à la fois aux exigences du développement durable et à celles du marché, contribue substantiellement :*

- a) *À la sécurité de l'approvisionnement de la population ;*
- b) *À la conservation des ressources naturelles et à l'entretien du paysage rural ;*
- c) *à l'occupation décentralisée du territoire. »*

Les objectifs énoncés dans la Constitution reconnaissent clairement les rôles de l'agriculture à côté du rôle de production de produits alimentaires.


1. Les agriculteurs doivent consacrer cette part de leur surface agricole utile (SAU) à des prairies le long des chemins et surfaces d'eau, lisières de forêt... Cette politique va bien au-delà des pratiques agricoles et est clairement orientée vers la nature.

Annexe 2. Détail de la méthode








Les personnes enquêtées étaient invitées à répondre à la question suivante : « Selon vous, la mise en marché de ce produit contribue-t-elle de façon négative/positive à ... », avec une grille de notation allant de -3 à +3 (figure 7). Les principaux concurrents du produit étudié ont été proposés à la notation pour *benchmarking*. Des pastilles de couleur ont été utilisées pour renseigner les différents produits sur une même grille. La couleur des pastilles par produit a été choisie aléatoirement pour chacun des questionnaires. Les emballages des produits étaient placés à disposition des personnes enquêtées.

Figure 7. Exemple de questionnaire (aspects économiques) et de réponses pour l'initiative pain de seigle valaisan AOC

Mi-blanc standard Mi-blanc IP Suisse Pain se seigle industriel bio Pain de seigle valaisan AOC Spécial Naturaplan bio



Est-ce que l'initiative contribue de façon positive ou négative à... :

Aspects économiques	...	—	-	0	+	++	+++	Commentaires et perspectives
... la création de valeur ajoutée dans la filières								
... la création d'un premium au producteur								
... la pérennité au marché pour les agriculteurs								
... l'économie des zones rurales fragiles								
... le maintien d'outils de transformation et de commerce dans les zones marginales								
... l'économie touristique								

Pour les aspects environnementaux, les items suivants ont été proposés à la notation : Biodiversité de la faune et flore, Protection des races/espèces locales domestiques, Maîtrise des intrants agricoles par hectare, Prise de conscience des acteurs de la filière des questions environnementales, Distance de transport, Bien-être des animaux, Entretien des espaces difficiles.

Les items caractérisant les aspects sociaux étaient les suivants : Intégration des agriculteurs dans la société, Encourage une alimentation saine, Identité sociale et culturelle, Typicité des produits alimentaires, Compétences et savoir-faire des acteurs de l'initiative, Confiance des consommateurs dans l'alimentation en général, Augmente les sources de revenus des agriculteurs (ventes directes, agritourisme, pluriactivité), Esthétique du paysage.

Les enquêtes ont été réalisées sous la forme d'un séminaire où les participants ont été invités à valider les items puis à les noter individuellement. Du point de vue méthodologique, l'objectif de l'enquête était aussi de pouvoir mettre en évidence des points de convergence et de divergence, en évitant les phénomènes de *leader-effect* intra-groupe et les mimétismes inter participants. Des entretiens ont été réalisés en bilatéral pour compléter l'échantillon. Un indicateur de consensus a été construit afin de nuancer la valeur moyenne. Les réponses sont considérées comme consensuelles quand plus de 75 % de l'ensemble des réponses se situent dans l'intervalle [moyenne des réponses +/- 1 point]. A l'inverse, les réponses sont considérées comme non consensuelles si plus de 50 % des réponses sont situées hors de l'intervalle [moyenne des réponses +/- 1 point].