

Éléments théoriques et empiriques pour une analyse économique de la qualité dans l'agroalimentaire

E VALCESCHINI
Unité Sad-PG
Inra
16, rue Claude-Bernard
75231 Paris cedex 05
France

Éléments théoriques et empiriques pour une analyse économique de la qualité dans l'agroalimentaire.

RÉSUMÉ

Le concept de qualité a considérablement évolué au cours de la dernière décennie. Comment se concrétise cette évolution dans les secteurs agricoles et alimentaires où marchés et organisations sont étroitement imbriqués dans des ensembles économiques souvent dénommés, en France « filières » ? Cette contribution montre d'abord que la notion de « maîtrise de la qualité totale » développée dans le champ de la gestion renouvelle en profondeur la question de la qualité dans l'agroalimentaire. Elle traite ensuite la qualité sous l'angle de l'analyse économique et montre que la question centrale est celle de garantie de la qualité. Éléments d'analyse théorique et d'études empiriques sont combinés autour de deux axes : la coordination entre acteurs économiques nécessaire à la maîtrise de la conformité des produits ; la définition de la qualité des produits comme facteur d'avantage concurrentiel. La conclusion souligne l'importance croissante, pour l'agroalimentaire, de l'origine des produits comme norme de qualité.

Reçu le 8 octobre 1996
Accepté le 18 décembre 1996

Fruits, 1996, vol 51, p 289-297
© Elsevier, Paris

MOTS CLÉS

Produit végétal, qualité, analyse économique, provenance, concurrence économique.

Theoretical and empirical elements for an economic analysis of agro-industrial product quality.

ABSTRACT

The quality concept has changed considerably over the last decade. What are the visible results of this change in agricultural and food sectors, where markets and organizations are closely meshed in economic units – commonly referred to as 'filières' in France ? The present paper highlights that the 'total quality control' concept, developed in the field of management, has profoundly changed the overall approach to agro-industrial product quality. Quality is then discussed from an economic analysis viewpoint, with the conclusion that guaranteeing quality is the most critical question. There are two general orientations that combine elements of theoretical analyses and empirical studies: coordination between economic instigators to ensure quality control and compliance of products; quality definitions for products – to enhance their competitive edge. The conclusion stresses that product origin is increasingly important for agro-industrial quality standards.

KEYWORDS

Plant products, quality, economic analysis, provenance, economic competition.

Elementos teóricos y empíricos para un análisis económico de la calidad en el agroalimentario.

RESUMEN

Durante el último decenio, el concepto de calidad ha evolucionado considerablemente. ¿ Como se plasma esta evolución en los sectores agrícolas y alimentarios donde mercados y organizaciones son estrechamente imbricados en conjuntos económicos frecuentemente denominados en Francia « cadenas » ? Esta contribución muestra primeramente que la noción de « dominio de la calidad total » desarrollada en el campo de la gestión renueva en profundidad la cuestión de la calidad en el agroalimentario. Luego trata la calidad bajo el ángulo del análisis económico y muestra que la cuestión central es la de la garantía de la calidad. Elementos de análisis teórica y de estudios empíricos son combinados alrededor de dos ejes : la coordinación entre actores económicos necesaria al dominio de la conformidad de los productos ; la definición de la calidad de los productos como factor de ventaja competitivo. La conclusión subraya la importancia creciente, para el agroalimentario, del origen de los productos como norma de calidad.

PALABRAS CLAVES

Productos de origen vegetal, calidad, análisis económico, procedencia, competencia económica.

✦ introduction

Depuis le milieu des années 1980, les stratégies de différenciation par la qualité se sont considérablement diffusées dans l'agroalimentaire, activités de productions agricoles, de collecte et de première transformation comprises. Une dynamique économique nouvelle a été ainsi enclenchée (ALLAIRE, 1995), conséquence, notamment, de la saturation des marchés agricoles et de l'harmonisation des règles de la concurrence au sein du marché unique européen. Il est acquis désormais que, dans cet environnement concurrentiel, la maîtrise de la qualité est un élément fondamental des stratégies de différenciation. Dans le domaine de la gestion, le concept et les instruments de maîtrise de la qualité ont considérablement évolué. Aujourd'hui, l'accent est mis, d'un côté, sur la relation aux consommateurs ou aux clients, d'un autre côté, sur la dimension organisationnelle de la qualité, surtout à l'intérieur des entreprises, mais aussi dans les relations inter-entreprises.

Comment se concrétisent ces évolutions dans les secteurs agricoles et alimentaires où marchés et organisations sont étroitement imbriqués dans des ensembles économiques souvent dénommés « filières » ? Cette question est traitée dans ce texte en trois temps. Tout d'abord, on montre en quoi la notion de « maîtrise de la qualité totale » développée par les gestionnaires permet de renouveler la conception même de la qualité dans l'agroalimentaire. Ensuite, il est proposé de considérer la maîtrise de la qualité comme une question d'analyse économique, celle de garantie de la qualité. On analyse alors cette garantie sous deux angles différents : d'une part la coordination entre acteurs économiques nécessaire à la maîtrise de la conformité des produits ; d'autre part la définition de la qualité des produits comme facteur d'avantage concurrentiel. La conclusion souligne l'importance croissante, pour l'agroalimentaire, de la référence à l'origine des produits comme norme de qualité.

✦ analyse de filière et conceptions gestionnaires de la qualité : intérêts et limites

Dans le domaine agroalimentaire, deux représentations de la qualité ont, jusque dans ces dernières années, été prédominantes.

Dans une première représentation, le terme de qualité désigne un niveau de performance supérieur. Un produit de qualité est alors un produit haut de gamme, un produit « festif » ou de « luxe ». La notion de qualité est ici associée à produit local et à particularité, à petite série et à créneau commercial. Cette conception est celle à l'œuvre dans le domaine des signes de qualité distinctifs (appellations d'origine, labels rouges, etc). Elle soutient notamment l'analyse des « filières régionales de qualité » (PERRIER-CORNET, 1990). L'analyse de filière relie ici qualité et avantage concurrentiel ; elle met bien en évidence les liens entre les dispositions institutionnelles qui soutiennent la qualité et la constitution d'une rente de monopole.

Dans un deuxième registre la qualité désigne la propriété d'un produit ; qualité est synonyme de caractéristique permettant l'identification d'un produit. Dite souvent « intrinsèque », cette qualité est traduite dans les critères technologiques. Cette conception prévaut dans le domaine des sciences et des techniques industrielles. S'appuie sur elle les analyses en termes de « contrats d'intégration » ou de « filière de produit » qui mettent l'accent sur la division des tâches, la complémentarité des opérations de production et les contraintes techniques. Dans ces analyses, le produit soumis à la transaction apparaît comme un bien parfaitement défini. La spécification de la qualité semble aller de soi ou relever d'instances extérieures aux transactions. Les institutions publiques et/ou professionnelles élaborent et édictent réglementations, normes, etc, qui codifient les critères permettant d'identifier la qualité et les

variables permettant de la mesurer. Ce type d'analyse aborde surtout la question de la transmission des informations sur la définition de la qualité. En la matière, l'utilisateur est souvent censé occuper une position d'autorité qu'il exerce au moyen d'un contrat qui est le vecteur des spécifications (règlement technique). Le problème de la qualité est restreint ici au problème de la réduction de la distance entre la qualité offerte et la qualité commandée. La réduction de cet écart virtuel ou réel repose sur la propagation unilatérale d'aval en amont jusqu'à la production agricole d'une série d'informations successives qui sont autant d'ordres auxquels doit se soumettre l'opérateur en amont. La transaction repose sur la hiérarchie des opérateurs et sur l'injonction. Les aspects automatiques et mécaniques de la propagation entre les différents niveaux sont encore renforcés dans le cas de la représentation de la filière comme une suite d'opérations techniques. Les analyses de filières privilégient souvent une conception mécaniste et fonctionnelle de la coordination, qui serait principalement soumise aux contraintes et aux enchaînements techniques entre les différents stades d'élaboration du produit.

La représentation de la qualité qui s'est imposée ces dernières années dans le champ de la gestion montre un élargissement de la notion (LABOUCHEIX, 1990). Cette représentation accompagne l'expansion de nouveaux instruments de gestion, dits de « maîtrise totale de la qualité ». Il est remarquable que se diffusent rapidement à l'agroalimentaire des méthodes jusqu'alors réservées d'abord à des domaines à hauts risques (armement et nucléaire) soumis à de fortes contraintes de sécurité, de fiabilité et de conformité, puis aux secteurs les plus exposés à la concurrence internationale (automobile, aéronautique, etc). À la notion de contrôle se substitue celle de maîtrise continue et globale et la qualité n'est plus centrée strictement sur le produit mais sur sa fonction. Cet élargissement correspond, d'un côté, à réhabiliter le rôle actif des consommateurs ou des clients dans la définition des caractéristiques des produits et, d'un autre côté, à mettre en avant la dimension organisationnelle de la production de la qualité.

La définition que donne l'Afnor¹ de la qualité exprime bien la conception fonctionnelle de la qualité : la qualité comme « aptitude d'un bien ou d'un service à satisfaire les besoins (exprimés ou potentiels) des utilisateurs ». Est mis en exergue ce qui constitue le fondement des stratégies de différenciation, c'est-à-dire les demandes des consommateurs et, surtout, leur caractère personnalisé et individuel. On retrouve cette conception de la qualité dans le domaine agroalimentaire sous forme d'une liste, maintes fois dressée, de composantes fonctionnelles de l'alimentation ou de la nutrition (MULTON, 1994) : qualité nutritionnelle, qualité hygiénique, qualité organoleptique, etc.

La qualité totale prend appui sur une nouvelle manière d'articuler entre eux les différents participants à l'activité de création productive, en considérant que chaque opérateur, à l'intérieur ou à l'extérieur de l'unité de production, est client et/ou fournisseur d'un autre opérateur. En quelque sorte, les opérateurs deviendraient des acteurs (des « partenaires », dit-on) dont les relations de clientèle sont ambivalentes, tout autant économiques que techniques. À l'intérieur de l'entreprise sont introduites des relations de nature marchande, alors que, avec les fournisseurs, la relation d'achat est lestée de procédures coopératives ou de commandements et s'inscrit dans la durée.

Ces évolutions des méthodes de gestion mettent en évidence que, du point de vue de l'analyse économique, la maîtrise de la qualité renvoie à la question de la garantie de la qualité sous deux aspects qu'il convient de distinguer clairement. Le premier est celui de la garantie de la conformité du produit : il s'agit de certifier que le produit délivré est en conformité avec la définition énoncée. Les problèmes sont ici ceux d'une part de la traduction des spécifications commerciales en règles de fabrication (référentiel technique), d'autre part de la fiabilité des méthodes de production et de la validité des contrôles. Le second aspect est celui de la qualification du produit (EYMARD-DUVERNAY, 1994 ; THÉVENOT, 1995) : il s'agit d'assurer que la définition des caractéristiques du produit est en accord avec les attentes des demandeurs. En la matière les

¹ Association française de normalisation.

problèmes sont ceux de la perception des demandes et de leur formulation agrégée (en un standard commercial) positionnant le produit par rapport à ses concurrents.

La garantie de la conformité du produit au cahier des charges prédéfini, ainsi que la bonne exécution du plan initial, se rapporte à la question de la coordination au sens donné à cette expression par MÉNARD (1990) : « les procédures qui rendent compatibles les plans des unités économiques élémentaires, ou qui obligent celles-ci à modifier ces plans au cours du temps ». De la même manière, la qualification des produits renvoie à la question de la coordination, mais elle peut également s'inscrire dans une problématique de l'avantage concurrentiel et du pouvoir de marché.

maîtrise de la conformité et coordination économique

La maîtrise de la conformité présente deux aspects différents selon qu'il s'agit, avant tout, d'assurer la conformité à un objectif et à une règle techniques ou d'attester, d'abord, de la qualité annoncée (étiquetage, par exemple) ou proclamée (allégation ou marque, par exemple).

Les transactions qui portent sur la fourniture d'un produit intermédiaire entre un fournisseur et un transformateur renvoient plutôt à la première catégorie de problème. Il s'agit de garantir la sécurité, la fiabilité et la constance (homogénéité et régularité) de la matière première. Ce cas de figure se situe prioritairement dans un univers productif où le problème est de gérer une interdépendance technique. Il relève d'une analyse de la coordination au sens, cette fois-ci, que MILGROM et ROBERTS (1992) donnent à ce terme. Il s'agit en effet, essentiellement, d'un problème de synchronisation des activités et d'attribution des tâches. La coordination concerne des opérateurs et prend appui sur un règlement technique, des méthodes de culture ou de fabrication, un plan de production, des procédures de contrôle, etc.

En revanche, lorsque l'échange implique le vendeur et le consommateur final, la question est plutôt d'aider à choisir (voire de susciter la décision d'achat) en limitant les coûts de recherche. Il s'agit de délivrer l'information sur le produit, nécessaire à son identification et à sa comparaison. La garantie porte alors sur la validité (exactitude et loyauté) de l'information ou de l'allégation. Ce cas de figure s'inscrit dans un univers d'échange marchand où se pose principalement le problème de l'ajustement des plans des acteurs. L'analyse peut être menée dans le cadre d'une économie de l'information, en termes de contrats incitatifs (TIROLE, 1993) visant à maîtriser les comportements opportunistes ou à redistribuer l'information, ou en termes de signal visant à instaurer la confiance ou à générer une réputation.

L'observation donne à voir des situations où les problèmes de coordination et d'asymétrie d'information sont imbriqués. L'intégration par les coopératives céréalières de la qualité comme variable d'action commerciale en aval pose, vis-à-vis des agriculteurs, ce type de difficultés (VALCESCHINI, 1994). Les coopératives doivent, en effet, réviser leur activité de collecte, de manière à se dégager de la soumission à la contrainte d'hétérogénéité de la matière, imposée par l'hétérogénéité de la zone de collecte. Pour constituer les lots ajustés à la demande de variété, il leur faut mettre en œuvre des dispositifs et des procédures d'orientation de la production, d'identification de la matière et de garantie de la marchandise (HEINTZ, 1992). Vis-à-vis des agriculteurs, il en résulte une obligation de revoir la politique de tarification, le conseil technique, la logistique du bassin d'approvisionnement. Le même type de problème est rencontré par les unités de transformation de légumes dans la gestion de leur bassin d'approvisionnement.

Les analyses de la maîtrise de la conformité en termes de coordination et d'incitation privilégient la question de la recherche de l'efficacité. Le problème est traité, en effet, dans une perspective de minimisation des coûts (de coordination et d'information). Ces analyses reposent sur l'hypothèse que le produit est parfaitement défini, sa configuration commerciale clairement déterminée et son cahier

des charges correctement codifié. Il est supposé également que les changements éventuels peuvent être anticipés et formalisés à l'aide d'une loi de probabilité. En diverses circonstances, pourtant, cette hypothèse n'est pas vérifiée et la question se pose alors en termes d'incertitude. Ce cas se présente quand surgissent des situations inédites ou des phénomènes mal connus ou même totalement nouveaux. Face à des processus biochimiques mal identifiés, comme, par exemple, dans le cas des résidus de pesticides dans les conserves (VALCESCHINI ET PAPPY, 1991), ou face à des phénomènes épidémiologiques en partie imprévisibles (maladie de « la vache folle », listériose, etc), l'élaboration de références ou la détermination de seuils à respecter ne sont pas toujours possibles, ou, alors, leur application et leur vérification sont trop complexes. Sans cette connaissance scientifique et technique codifiée préalablement, la possibilité d'élaborer des prescriptions rigoureuses est inexistante. La localisation de l'origine des dysfonctionnements et l'évaluation de l'ampleur des risques encourus, ainsi que l'édiction des mesures à prendre, nécessitent de produire rapidement des connaissances nouvelles.

Dans une situation où l'information est insuffisante, la maîtrise de la qualité se traduit par un problème de coopération entre les parties concernées, dont chacune ne possède qu'une partie des informations et des compétences pour formuler les références nécessaires à l'action. Le problème n'est plus tant de surmonter une asymétrie d'information que d'élaborer des connaissances nouvelles qui, pour être validées et efficaces, réclament d'être spontanément partagées. La maîtrise de la qualité révèle alors un problème d'apprentissage collectif et donc de construction de dispositifs cognitifs.

qualification des produits et avantage concurrentiel

La qualification des produits pose le problème du pouvoir de marché de deux manières. On sait que, dans le modèle du

marché de concurrence parfaite, la définition des biens a lieu en dehors de la sphère des échanges. Cette hypothèse, dite de « nomenclature », rend exogène, donc non manipulable par les agents eux-mêmes, l'action de qualifier les produits. Un premier résultat du relâchement de cette position théorique permet de soutenir que l'action des firmes vise à constituer des espaces de monopole dans un univers de concurrence. Poser que les acteurs ont prise sur la qualification des produits a une deuxième conséquence importante : les structures de marché sont, au moins pour partie, manipulables par les agents eux-mêmes. La qualification des produits introduit, ainsi, le problème de l'interaction entre les comportements des agents et les structures de marché.

Selon la définition de JACQUEMIN (1985), « le pouvoir de marché est caractérisé par la capacité qu'a une firme de modifier, au fil du temps, les conditions du marché à son avantage ». Dans le domaine alimentaire, les industriels et les distributeurs de produits alimentaires ont développé, depuis plusieurs années déjà, des stratégies « hors prix », de différenciation des produits, de marques propres ou de segmentation de la clientèle qui s'inscrivent dans une telle optique. Pour servir, au plus près de leurs exigences effectives ou anticipées et de leurs capacités financières, des clientèles diversifiées et volatiles, elles procèdent à la fragmentation du marché. Chaque segment de clientèle est considéré comme un marché à part entière, un « marché de clientèle ». La caractéristique d'un tel marché est que le prix n'y résume pas tous les éléments nécessaires à la connaissance des produits, au choix rapide et en toute connaissance de cause. À côté du prix, d'autres critères de choix gagnent en importance : le service, la diversité de la gamme, la fiabilité et la clarté de l'information. Sur ces marchés, les caractéristiques distinctives des vendeurs prennent une grande importance. Les vendeurs, industriels ou distributeurs, cherchent à promouvoir une image de marque et à construire une réputation.

Ce type de comportement concurrentiel se diffuse peu à peu aux activités de production agricole, de collecte et de première

transformation. Il est déjà ancien dans le secteur de transformation des légumes. Mais, même pour les entreprises situées dans un secteur de production banalisée, comme les céréales ou l'aviculture (SYLVANDER, 1995), la qualité tend à devenir une variable stratégique permettant d'occuper des marchés de clientèle. Dans certaines situations, le travail de qualification ne va pas de soi.

Dans le secteur des légumes transformés (VALCESCHINI, 1993), la réponse aux impératifs de flexibilité et de réactivité est d'autant plus problématique que la traduction des fluctuations de la demande finale en modifications de la production industrielle se heurte traditionnellement à deux difficultés. D'un côté, la production de matière première agricole s'organise sur des durées assez longues, alors que les prévisions commerciales évoluent à un rythme beaucoup plus rapide. D'un autre côté, à cause des aléas de la production agricole, des écarts importants peuvent subsister entre quantités et qualités prévisionnelles et celles effectivement obtenues.

Sur les marchés internationaux des matières premières agricoles, par exemple, les acheteurs ont des attentes diverses qu'il est difficile d'identifier avec précision. Cependant, comme le montre l'analyse de BENDER et HILL (1991) des marchés du soja et du maïs, le problème n'est pas uniquement de rechercher des informations manquantes, il est surtout de créer les connaissances nouvelles (choisir les caractéristiques pertinentes, définir les limites des paramètres, etc) permettant de codifier et d'agrèger les demandes. Une autre difficulté provient du niveau d'information à fournir aux acheteurs pour soutenir et susciter leur acte d'achat. Trop imprécises, peu fiables ou mal ajustées aux acheteurs, les informations fournies ne suscitent pas l'acte d'achat ou n'incitent pas le client à avoir un comportement fidèle. Trop nombreuses ou hétérogènes, elles génèrent la confusion et freinent les échanges. La question est ici celle de l'ampleur et de la forme à donner à l'information pour la fiabiliser, la garantir et l'uniformiser.

Les stratégies de qualification transforment les médiations vis-à-vis des acheteurs², mais,

de manière plus générale, ce sont les conditions d'action des concurrents effectifs ou potentiels qui sont modifiées. Les divers dispositifs de qualification (marques, normes, certificats, réseaux de distributeurs, etc) supposent la mobilisation, voire la création d'une information dont la répartition inégale ou l'appropriation exclusive fonde un avantage concurrentiel. Ils se traduisent également par des dépenses et des investissements qui constituent des coûts d'engagement dissuasifs. La qualification des produits engendre des barrières à l'entrée et à la mobilité (GHEMAWAT, 1991).

De cette manière, les stratégies de qualification mettent à mal le cloisonnement que suppose un marché de concurrence parfaite, entre le niveau où est définie la qualité des marchandises et celui des relations de concurrence (ORLEAN, 1995). L'administration centralisée de la qualification, publique et/ou professionnelle, en excluant sa définition du champ des stratégies et des interactions entre acteurs privés, contribue effectivement à réaliser un tel cloisonnement. En revanche, l'harmonisation européenne dans le cadre du marché unique l'affaiblit considérablement. En matière de définition de la qualité, l'administration centralisée cède en partie le pas à la gestion privée et à l'auto-organisation professionnelle (VALCESCHINI et NICOLAS, 1995). Ce mouvement institutionnel provoque une extension du champ de la concurrence, mais, surtout, il en change la nature et les règles. L'efficacité, en effet, ne provient plus uniquement de la capacité des acteurs économiques à fabriquer des produits à un coût compétitif. À la notion de compétitivité est substituée celle d'avantage concurrentiel reposant sur la capacité à élaborer des références ou des normes et à les faire reconnaître afin de signaler et de certifier la qualité.

conclusion : l'origine comme norme de qualité

Parmi les normes de qualité, celles qui font référence à l'origine des produits se sont

² Pour une analyse générale de cette question, on peut se reporter à BOISSIN et RUFFIEUX (1994). De multiples cas dans l'agroalimentaire sont analysés dans l'ouvrage coordonné par NICOLAS et VALCESCHINI (1995).

beaucoup développées dans le secteur agroalimentaire au cours des dernières années (RUFFIEUX et VALCESCHINI, 1996). Le recours croissant à la notion d'origine pour signifier et garantir la spécificité (l'originalité) ou le niveau de qualité, ou même la sécurité d'un produit, s'est traduit en France par l'élargissement de la gamme des certifications officielles, AOC, labels, certificats de conformité et logo *agriculture biologique*; le sigle VBF³ est un exemple récent, particulièrement significatif, de la tentative d'utiliser l'origine pour réduire l'incertitude des consommateurs sur la qualité. Au niveau européen, l'adoption, en 1992, par le Conseil des Communautés européennes, d'une réglementation réservant l'utilisation exclusive des noms de lieux pour qualifier les produits à « caractéristiques particulières » (AOP, IGP et attestation de spécificité⁴), a renforcé ce mouvement.

L'extension de la référence, à l'origine pour identifier, signaler ou garantir la qualité, soulève, cependant, plusieurs interrogations et revêt d'importants enjeux pour les années qui viennent.

Que recouvre aujourd'hui la notion d'origine⁵? Son contenu est en profonde transformation : les habituelles associations entre origine et tradition, origine et lieu géographique (lien au terroir), ainsi que la référence à une simple provenance (indication de localisation) semblent désormais insuffisantes pour conférer à l'origine une fonction de signal ou d'assurance de qualité. L'origine comme norme de qualité subit un élargissement sensible : les « caractéristiques » d'origine renvoient, certes, à une provenance, mais aussi aux règles de production, aux compétences des producteurs et, surtout, à des modes de contrôle et de garantie. Dans ces conditions, assurer la qualité par la garantie de l'origine devient beaucoup plus complexe, en particulier parce que la garantie doit intégrer la certification des processus de production. Cela suppose une connaissance codifiée de ces processus et une formalisation des procédures permettant leur contrôle.

Quel est le lien entre origine et qualité? La notion d'origine comme signal de qualité crédible vis-à-vis des consommateurs repose

sur un savoir sur le produit et son « environnement » commun aux producteurs et aux consommateurs, sur des références (gastro-nomiques ou régionales, par exemple) socialement et culturellement partagées. Avec l'internationalisation des marchés, ce savoir commun disparaît et l'origine fonctionne de moins en moins comme un signal « culturel » de la qualité.

Une autre série d'enjeux a trait à l'organisation économique. En effet, signaler et assurer la qualité par la garantie de l'origine, ou par la certification du produit ou de l'information sur le produit, supposent qu'entre les différents stades des filières agroalimentaires les informations sont transmises sans déformation. Définir et assurer la qualité d'un produit, c'est faire en sorte que les informations techniques nécessaires (définition des référentiels techniques et des protocoles de contrôle notamment) se transmettent entre tous les opérateurs d'une même filière. Le problème posé à ce niveau est celui de la coordination. Dans un secteur comme l'agroalimentaire où les centres de décision économique et les systèmes de gestion technique sont atomisés, cette coordination est particulièrement problématique. La gestion coordonnée de la qualité revêt deux enjeux nouveaux, mais de nature différente.

Un premier enjeu est d'ordre technique et organisationnel : il concerne l'élaboration de systèmes de traçabilité qui rendent plus fiables les signes de qualité et plus crédible la référence à l'origine. La traçabilité tend à devenir une condition de la qualité, au sens de protection du consommateur, et un moyen de susciter sa confiance. Il importe, cependant, de préciser ce qu'il est nécessaire de tracer, c'est-à-dire les critères de qualité à prendre en compte et à normaliser, ainsi que les systèmes d'information à organiser.

Un second enjeu est de nature économique et réglementaire : l'efficacité des systèmes de traçabilité repose sur la mise en œuvre de formes de coordination qui ne sont pas obligatoirement compatibles avec les règles classiques de la concurrence. Les relations contractuelles sont une solution possible au problème de la coordination, mais elles ne fonctionnent efficacement que dans un

³ *Viande bovine française.*

⁴ *L'appellation d'origine protégée est le nom d'une région, d'un lieu déterminé, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu géographique déterminé, dont la qualité ou les caractères particuliers sont dus, essentiellement ou exclusivement, au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée. L'indication géographique protégée est le nom d'une région, d'un lieu déterminé, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu géographique déterminé, dont une qualité déterminée, une réputation ou une autre caractéristique peuvent être attribuées à cette origine géographique et dont la production ou la transformation ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée. L'attestation de spécificité constitue la reconnaissance, par enregistrement, d'un produit ou d'une denrée alimentaire obtenus à partir de matières premières traditionnelles, présentant une composition traditionnelle et correspondant à un mode de production ou de transformation de type traditionnel.*

⁵ *La construction sociale de l'origine par les acteurs locaux comme référence commune de qualité et sa reconnaissance dans le cadre de procédures institutionnelles, telle l'AOC, par exemple, posent également des questions importantes. Elles ne sont pas abordées ici. Sur cet aspect, on pourra utilement se reporter à DELFOSSE et LETABLIER (1995), ainsi qu'à DE SAINTE MARIE et al (1995).*

cadre réglementaire (interprofessions, par exemple) et sur la base d'organisations économiques (les groupements de producteurs, par exemple) qui, ainsi que l'a montré le système de l'aviculture sous label (RAYNAUD et VALCESCHINI, 1996), peuvent apparaître en contradiction avec la réglementation nationale et européenne de la concurrence.

références

- Allaire G (1995) De la productivité à la qualité. Transformations des conventions et régulations dans l'agriculture et l'agroalimentaire. In : *La grande transformation de l'agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes*. Paris, France, Inra-Economica, Allaire G et Boyer R (eds), 381-410
- Multon JL (1994) *La qualité des produits alimentaires. Politique, incitations, gestion et contrôle*. Paris, France, Lavoisier, 420 p
- Nicolas F, Valceschini E (1995) *Agroalimentaire : une économie de la qualité*. Paris, France, Inra-Economica, 433 p
- Bender KL, Hill DH (1991) Stratégies compétitives pour satisfaire les exigences des consommateurs sur les marchés internationaux du maïs et du soja. In : *L'agriculteur, le marché et l'État*. Paris, France, Economica, Chominot A (ed), 147-165
- Boissin O, Ruffieux B (1994) L'offre, la demande et la qualité des produits. In : *Génie industriel : les enjeux économiques*. Grenoble, France, Presses universitaires de Grenoble, Hollard M (ed), 277-294
- Delfosse C, Letablier MT (1994) Genèse d'une convention de qualité : le cas des appellations d'origine. In : *La grande transformation de l'agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes*. Paris, France, Inra-Economica, Allaire G et Boyer R (eds), 97-118
- Eymard-Duvernay F (1994) Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens. In : *Analyse économique des conventions*. Paris, France, Puf, Orléan A (ed), 307-334
- Ghemawat P (1991) *Commitment, the Dynamic of Strategy*. New York, USA, the Free Press
- Heintz W (1992) *Modèles d'entreprises et conventions de qualité. Les entreprises de collecte-stockage sur les marchés du blé*. Paris, France, Ina-PG, thèse de doctorat, 289 p
- Jacquemin A (1985) *Sélection et pouvoir dans la nouvelle économie industrielle*. Paris, France, Economica/Cabay, 191 p
- Laboucheix V (1990) *Traité de la qualité totale. Les nouvelles règles du management des années 1990*. Paris, France, Dunod entreprise, 384 p
- Ménard C (1990) *L'économie des organisations*. Paris, France, La Découverte, collection Repères, 127 p
- Milgrom P, Roberts J (1992) *Economics, Organization and Management*. New Jersey, USA, Prentice Hall Int ed, 621 p
- Orléan A (1991) Logique walrassienne et incertitude qualitative. Des travaux d'Akerlof et Stiglitz aux conventions de qualité. *Économies et Sociétés, série Oeconomica* 14, 137-160
- Perrier-Cornet P (1990) Les filières régionales de qualité dans l'agroalimentaire. Étude comparative dans le secteur laitier en Franche-Comté, Émilie-Romagne et en Auvergne. *Économie Rurale* 195, 27-33
- Raynaud E, Valceschini E (1996) *Politique de la qualité et réglementation de la concurrence : les enseignements du label rouge dans l'aviculture*. Communication à la 3^e école-chercheurs Économie des Institutions, Inra-Esr, Dourdan, France, 4-7 décembre, 20 p
- Ruffieux B, Valceschini E (1996) Biens d'origine et compétence des consommateurs : les enjeux de la normalisation dans l'agroalimentaire. *Revue d'Économie Industrielle*, numéro spécial « Normalisation et organisation de l'industrie : approches pluridisciplinaires », 75, 133-146
- Sainte Marie de C, Prost JA, Casabianca F, Casalta E (1995) La construction sociale de la qualité. Enjeux autour de l'appellation d'origine contrôlée « Brocciu » ; Corse. In : *Agroalimentaire : une économie de la qualité*. Paris, France, Inra-Economica, Nicolas F et Valceschini E (eds), 185-197
- Sylvander B (1995) Conventions de qualité, concurrence et coopération. Cas du « label rouge » dans la filière volailles. In : *La grande transformation de l'agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes*. Paris, France, Inra-Economica, Allaire G et Boyer R (eds), 73-96
- Thévenot L (1995), Des marchés aux normes. In : *La grande transformation de l'agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes*. Paris, France, Inra-Economica, Allaire G et Boyer R (eds), 33-51
- Tirole J (1993) *Théorie de l'organisation industrielle*. Paris, France, Economica, tome I, 379 p
- Valceschini E (1993) Conventions économiques et mutation de l'économie contractuelle dans le secteur des légumes transformés. *Économie Rurale* 218, 19-26

- Valceschini E (1994) Stratégie de qualité et conventions économiques : l'apprentissage d'un marché de clientèle par une coopérative céréalière. *Études et Recherches*, Inra-Sad, 28, 101-113
- Valceschini E, Nicolas F (1995) La dynamique économique de la qualité agroalimentaire. In : *Agroalimentaire : une économie de la qualité*. Paris, France, Inra-Economica, Nicolas F et Valceschini E (eds), 15-37
- Valceschini E, Papy F (1991) La qualité des produits agricoles. Du risque toxicologique à l'incertitude sur la propreté sanitaire. In : *Phytoprotecteurs, protection des plantes, biopesticides*. Paris, France, Inra Éditions, P Bye, C Descoins, A Deshayes (coordonateurs), 53-66