



Christine Roguet, Charline Marion, Pascale Magdelaine,
et Anne-Charlotte Dockes

- **Les démarches mises en œuvre par les filières animales en France en réponse aux attentes sociétales en termes de bien-être animal : typologie et perspectives**

NESE n° 44, Décembre 2018, pp. 7-35

CENTRE D'ÉTUDES ET DE PROSPECTIVE

SERVICE DE LA STATISTIQUE ET DE LA PROSPECTIVE

Présentation

Notes et Études Socio-Économiques est une revue du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation publiée par son Centre d'Études et de Prospective. Cette revue technique à comité de rédaction se donne pour double objectif de valoriser des travaux conduits en interne ou des études commanditées par le ministère mais également de participer au débat d'idées en relayant des contributions d'experts extérieurs. Veillant à la rigueur des analyses et du traitement des données, elle s'adresse à un lectorat à la recherche d'éclairages complets et solides sur des sujets bien délimités. D'une périodicité de deux numéros par an, la revue existe en version papier et en version électronique.

Les articles et propos présentés dans cette revue n'engagent que leurs auteurs.

Directrice de la publication :

Béatrice Sédillot, MAA-SG-SSP, Chef du Service de la Statistique et de la Prospective

Rédacteur en chef :

Bruno Héroult, MAA-SG-SSP, Chef du Centre d'Études et de Prospective

Comité de rédaction :

Didier Cébron, MAA-SG-SSP-SDSAFA, Sous-directeur de la SDSAFA

Vanina Forget, MAA-SG-SSP-CEP, Chef du BEAE

Julien Hardelin, MAA-SG-SSP-CEP, Chef du BPSIE

Bruno Héroult, MAA-SG-SSP, Chef du Centre d'études et de prospective

Pascale Pollet, MAA-SG-SSP-SDSSR, Sous-directrice de la SDSSR

Béatrice Sédillot, MAA-SG-SSP, Chef du Service de la Statistique et de la Prospective

Composition : SSP

Impression : AIN - Ministère de l'Agriculture

Dépôt légal : à parution

ISSN : 2259-4841

Renseignements et diffusion : voir page 4 de couverture

Les démarches mises en œuvre par les filières animales en France en réponse aux attentes sociétales en termes de bien-être animal : typologie et perspectives

Christine Roguet¹, Charline Marion¹, Pascale Magdelaine², Anne-Charlotte Dockes³

Résumé

Cet article analyse les démarches mises en œuvre par les filières animales en France en réponse aux attentes sociétales, en termes de bien-être animal en particulier, au-delà des signes officiels de qualité anciens et relativement développés. Les démarches les plus nombreuses, de « rassurance » ou de « progrès », proposent une évolution des conditions d'élevage, par petits pas mais sur le plus grand nombre d'animaux et d'élevages possible, tandis que les démarches de « rupture », peu nombreuses, visent à proposer une vraie alternative aux standards de production. Ces démarches privées de segmentation créent une compétition sur le marché des produits animaux éthiques. La question aujourd'hui est de savoir s'il faut, en France, apporter une réponse collective et créer, à l'instar des pays nord-européens, un ou des labels « bien-être animal ».

Mots clés

Élevage, produits animaux, segmentation, label, bien-être animal

**Le texte ci-après ne représente pas nécessairement les positions officielles
du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.
Il n'engage que ses auteurs.**

1. IFIP-institut du porc, la Motte au Vicomte, BP 35104, 35651 Le Rheu Cedex

2. ITAVI, 7 rue du Faubourg Poissonnière. 75009 Paris.

3. Institut du l'Élevage, 149 rue de Bercy, 75595 PARIS CEDEX 12

Introduction

Depuis des décennies, l'élevage fait l'objet de débats, relatifs à son impact sur les milieux naturels (eau, air, biodiversité) et sur la santé (antibiorésistance), à la manière dont sont traités les animaux (leur « bien-être ») et aux modèles d'élevage jugés trop intensifs (Delanoue et Roguet, 2015). Ces dernières années, ces remises en cause se sont amplifiées et étendues à des questions éthiques, qui trouvent leur traduction juridique et politique dans l'évolution du statut de l'animal, dans le Code civil en 2015, et dans la création du Parti animaliste en 2016.

Dans ce contexte, le programme de recherche ACCEPT⁴, financé par le CASDAR sur trois ans (2014-2017), a pour ambition d'apporter aux parties prenantes des débats sur l'élevage, et en particulier aux filières d'élevage, une meilleure compréhension de ces controverses afin de leur permettre d'adopter les postures et les stratégies adaptées aux enjeux. Après le recensement et l'analyse des sujets de débats et des attentes des citoyens sur l'élevage, toutes espèces animales considérées (Dockès *et al.*, 2017 ; Grannec *et al.*, 2017 ; Roguet *et al.*, 2016), la présente étude, réalisée au premier semestre 2017, a recensé et analysé les démarches et initiatives des filières (producteurs, coopératives, transformateurs, distributeurs) pour y répondre. Certaines se traduisent par un étiquetage des produits pour informer le consommateur, d'autres sont utilisées dans une relation de assurance B to B⁵, sans être forcément connues du grand public. L'enquête s'appuie sur une large bibliographie (sites internet, presse professionnelle, articles scientifiques) et sur la réalisation d'entretiens auprès de personnes ressources (salariés d'ONG de protection animale, d'organismes de recherche, d'interprofessions, de la distribution ou d'organisme de certification) et des porteurs de cinq démarches. Les personnes ressources ont contribué au recensement des démarches et à l'élaboration d'une typologie, les organismes porteurs ont décrit leurs démarches, les informations publiques étant rares, partielles et imprécises.

La vivacité des débats sur l'élevage dans la société française conduit à une multiplication des démarches et à leur évolution rapide. L'article dresse un état des lieux en 2017. Il comprend cinq parties. La première présente les sujets de débats et les attentes des citoyens sur l'élevage, ainsi que les signes officiels de qualité dont certains – agriculture biologique, label rouge, produit fermier, voire AOP – prennent en compte depuis longtemps les préoccupations environnementales, de santé et bien-être animal. La deuxième et la troisième décrivent les démarches privées, c'est-à-dire des chartes et marques, que nous avons qualifiées « de assurance » et « de progrès ». La quatrième présente les démarches dites « de rupture », nette ou progressive, qui proposent aux consommateurs une alternative au mode de production standard. Enfin sont mentionnées les tendances les plus récentes, consistant en des cahiers des charges associant producteurs ou consommateurs.

4. <http://accept.ifip.asso.fr/>.

5. B to B : business to business (commerce interentreprises) par comparaison à B to C : business to consumer (relation des entreprises directement avec les consommateurs).

1. Les signes officiels de qualité, une réponse aux attentes sociétales ?

1.1. Les attentes de société envers l'élevage en France en 2016

Dans le cadre du projet ACCEPT, les sujets de débat sur l'élevage et les attentes des citoyens à son égard ont été analysés par des approches qualitatives (bibliographie et réalisation d'environ 70 entretiens en France et dans cinq autres pays européens) et quantitative (sondage d'opinion en juin 2016 auprès de 2 000 citoyens représentatifs de la population française). Ces débats peuvent être répartis en quatre registres, correspondant à quatre grands désaccords autour de l'élevage dans la société française aujourd'hui : le traitement des animaux (en élevage, lors du transport et à l'abattage), l'impact de l'élevage sur le milieu naturel et sur la santé, et le modèle de développement (Van Tilbeurgh, 2017). Ces débats sont *a minima* européens (Roguet *et al.*, 2016).

Au-delà de leur exigence pour la qualité gustative, sanitaire et nutritionnelle (aliment « *bon à manger* », pour reprendre la formule de Claude Lévi-Strauss), nombre de consommateurs souhaitent que les produits respectent leurs convictions éthiques, par exemple en termes de bien-être animal, d'impacts environnementaux ou de rémunération des producteurs (aliment « *bon à penser* »). Le concept de « qualité » devient alors un « schéma plus complexe de valeurs » (Tavoularis *et al.*, 2007). Le sondage d'opinion que nous avons réalisé en juin 2016 montre qu'un Français sur deux se déclare insatisfait du respect de l'environnement par les élevages, et ce chiffre monte à 59 % pour les conditions de vie des animaux en élevage. La baisse de la consommation individuelle de produits animaux semble être une tendance lourde. Si 98,5 % des Français déclarent consommer de la viande, un tiers d'entre eux envisagent de réduire ou même cesser leur consommation. L'attente la plus forte envers l'élevage est que les animaux aient accès à l'air libre : 60% des Français jugent prioritaire d'offrir un accès au plein air à tous les animaux et 96 % se déclarent favorables à un étiquetage des produits selon ce critère (Delanoue *et al.*, 2017).

1.2. Des labels officiels de qualité, garantis et reconnus par l'Etat

Dès le début du XX^e siècle, pour ancrer la production sur le territoire, protéger les revenus agricoles, lutter contre les fraudes et répondre aux demandes de qualité des consommateurs, l'État français a mis en place des signes officiels de qualité et d'origine : i) Appellation d'origine en 1905 puis Appellation d'origine contrôlée (AOC) en 1935 (pour le vin, puis pour l'ensemble des produits agricoles à partir de 1990), qui inspireront la réglementation européenne de 1992 sur les Appellations d'origine protégée (AOP), Indication géographique protégée (IGP) et Spécialité traditionnelle garantie (STG)⁶ ; ii) Label rouge (LR) en 1960 et iii) Agriculture biologique (AB) en 1981. L'AOC, l'AOP et l'IGP sont des signes de qualité « d'origine » qui mettent en exergue la « typicité » (notion de terroir), le LR la « qualité supérieure » et l'AB un « mode de production » naturel, respectueux de l'environnement et du bien-être animal. Les produits sous SIQO⁷ sont reconnaissables par des logos officiels nationaux et communautaires (figure 1).

6. La STG définit la composition ou le mode de production traditionnel d'un produit, sans qu'il ne présente nécessairement de lien avec son origine géographique. Un seul produit dispose de cette dénomination en France : les moules de bouchot.

7. Signes d'identification de la qualité et de l'origine.

Figure 1 - Frise d'apparition des signes de qualité officiels

La France, précurseur en Europe sur les démarches qualité avec l'AOC et le LR

1935	1960	1981	1992		
AOC (FR)	LR (FR)	AB (UE)	AOP (UE)	IGP (UE)	STG (UE)
Origine	Qualité supérieure	Respect de l'environnement et du bien-être animal	Origine	Origine	Recette traditionnelle
					

Source : auteurs

Depuis 2007, en application de la loi d'orientation agricole de 2006, les « modes officiels de valorisation des produits agroalimentaires » sont répartis en trois catégories distinctes : les SIQO, les mentions valorisantes (« montagne », « produit de montagne », « fermier », « produit de/à la ferme », « issus d'une exploitation de haute valeur environnementale ») et la certification de conformité des produits (CCP). Le respect des cahiers des charges par les opérateurs est contrôlé par des organismes certificateurs accrédités. À la différence des autres signes, le demandeur d'une CCP est propriétaire du signe et peut donc en fermer l'entrée à d'autres opérateurs économiques. Dès sa création en 1988, les pouvoirs publics situent l'utilisation de la CCP dans deux perspectives très différentes : développer la normalisation dans le secteur agroalimentaire et offrir aux opérateurs économiques un nouveau support de différenciation par la qualité.

Parmi ces labels officiels, le LR, l'AB et les mentions valorisantes « fermier » et « produit de/à la ferme » offrent une promesse de différence en termes d'impact sur l'environnement, la santé et/ou le bien-être animal (Annexe). Les AOP, même si elles ne le mettent pas en avant, ont aussi investi dans le développement durable, avec des cahiers des charges imposant par exemple l'utilisation de races locales et l'accès au pâturage. Le Label rouge, propriété du ministère de l'Agriculture, est une démarche collective (éleveurs, fabricants d'aliments pour animaux, transformateurs), née de la volonté d'aviculteurs de proposer un mode d'élevage différent, conciliant tradition, rendement et produits de qualité supérieure. Le « poulet des Landes » a été la première production labellisée LR en 1965. L'écart qualitatif par rapport aux produits courants similaires doit être « directement perceptible par le consommateur final, tant sur le plan gustatif qu'au niveau de l'image qu'il véhicule » précise le ministère de l'Agriculture. Cette exigence n'est que partiellement remplie en viandes de porc et bovine, les conditions de logement, les pratiques d'élevage et la génétique différant peu en LR par rapport à la production conventionnelle (Dutertre, 2001). Les cahiers des charges du LR sont spécifiquement français tandis que ceux en production biologique sont définis par des règlements européens⁸. Les produits biologiques y sont définis comme « des produits de haute qualité dont l'obtention ne nuit pas à l'environnement, à la santé humaine, à la santé des végétaux, des animaux et de leur bien-être [...]. L'élevage, de type extensif, fait appel à une alimentation biologique, aux médecines douces en cas de besoin, et respecte le bien-être des animaux ». Sur ce dernier point, les obligations concernent le logement

8. CE 834/2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, CE 889/2008 portant modalités d'application du règlement CE 834/2007 et CE 543/2008 portant modalités d'application du règlement CE 1234/2007 du Conseil en ce qui concerne les normes de commercialisation pour la viande de volaille.

(aération et lumière naturelles, types de sol, aires d'exercice, surface par animal), l'accès au plein air (aire d'exercice extérieure, parcours, pâturage), l'âge minimal à l'abattage, etc. En porc, le cahier des charges national qui régissait la production biologique, depuis 1996, était plus contraignant que le label européen, en imposant la couverture d'au moins 40 % des besoins alimentaires de l'atelier porcin par l'exploitation, le plafonnement de la taille de l'élevage à 750 porcs produits par UTH, six mois au moins de plein air pour les reproducteurs, l'interdiction du caillebotis partiel, etc. (IFIP, 2013). Les mentions « fermier » ou « produits à/de la ferme », définies par catégorie de produits pour tenir compte de leurs spécificités, sont utilisées, en porc et volaille, pour distinguer, sous le cahier des charges Label rouge, des modes d'élevage très différents du standard⁹. Par exemple, les volailles fermières ont une durée de vie beaucoup plus longue, disposent de plus d'espace dans les bâtiments dont la taille est plafonnée, et d'un accès à l'air libre (tableau 1). Les porcs fermiers ont accès à un parcours extérieur. Enfin, dans le cadre des CCP, au moins deux caractéristiques du produit doivent aller au-delà des normes techniques en vigueur. Mesurables, traçables et significatives, elles peuvent aussi concerner le bien-être animal. Par exemple, le cahier des charges de la CCP « poulet Duc » impose une race de poulet plus robuste, une durée de vie plus longue (56 vs 35 à 45 jours), une alimentation basse énergie 100 % végétale avec au moins 70 % de céréales, une densité en bâtiment plus faible (18,5 poulets/m² vs 22).

Tableau 1 - Normes de commercialisation communautaires en poulet de chair

Mode de production du poulet	Standard	Certification de conformité (a)	Fermier Label rouge (b)	Biologique (c)
Race	Croissance rapide	Croissance intermédiaire	Rustique Croissance lente	
Âge d'abattage	35 à 40 jours	56 jours mini	81 jours mini	
Type d'élevage	En claustration		Fermier en plein air ou en liberté	
Surface maximum de bâtiments par site	Pas de limite		1 600 m ² par site	
Taille maximum d'un bâtiment	Pas de limite		4 800 poulets 400 m ²	4 800 poulets 480 m ²
Densité dans le poulailler (poulets/m ²)	20 à 25	18	12	10
Espace en plein air	Aucun		Fermier plein air : 2 m ² /poulet Fermier en liberté : illimité	4 m ² /poulet, sur un parcours conduit selon les principes de l'AB
Alimentation	100 % végétaux, minéraux et vitamines	100 % végétaux, minéraux et vitamines 65% de céréales	100 % végétaux, minéraux et vitamines 75% minimum de céréales	100 % végétaux, minéraux et vitamines 95% minimum issus de l'AB
Qualité organoleptique supérieure			Garantie par des analyses sensorielles régulières	
Contrôle par un tiers indépendant			Organisme certificateur	

(a) Arrêté ministériel français, (b) notice technique, (c) règlement CE 834/2007 et CE 889/2008.

La CCP est proche du « *Extensive indoor* » de la réglementation européenne, mais avec des densités un peu plus élevées ; le Label rouge fermier correspond au « *Traditional free range* » (plein air) ou « *Total freedom* » (liberté).
Source : <http://www.volaillelabelrouge.com/fr/les-volailles-un-elevage-different/>

9. Dans les productions de ruminants, la mention « fermier » est surtout utilisée pour des produits transformés à la ferme et vendus en direct (fromages fermiers, etc.), sans référence particulière à la taille et aux conditions d'élevage.

En conclusion, la qualité organoleptique supérieure, le terroir, le respect de l'environnement, du bien-être animal et des travailleurs ont été les mots clés du ministère pour apporter, à des consommateurs soucieux de ces aspects, une alternative crédible à des modes de production jugés trop intensifs. « Ces démarches sont porteuses pour ceux qui les promeuvent et ceux qui les pratiquent d'une promesse de différence, la promesse d'une autre modalité d'organisation de la production, des échanges » (Le Velly, 2017). Les cahiers des charges de ces labels officiels sont transparents, accessibles à tous et leur respect contrôlé régulièrement par des organismes tiers, indépendants, accrédités par le Comité français d'accréditation (COFRAC) et agréés par l'INAO¹⁰. Outre l'agrément des organismes de contrôle, l'État assure (à hauteur de ses moyens) la promotion des signes de qualité auprès des consommateurs pour en accroître la reconnaissance et la notoriété.

Pourtant, malgré les garanties offertes et les efforts de sensibilisation, malgré les attentes sociétales croissantes en faveur de systèmes plus respectueux de l'environnement et du bien-être animal, les productions animales sous signes de qualité restent encore peu développées, sauf dans les secteurs de la volaille de chair (LR) et des œufs (AB et LR) (tableau 2). En poulet de chair, les certifications officielles représentent le quart des abattages en France en 2015, avec une forte présence sur le marché des volailles entières (plus de 60 % des poulets PAC) et nettement plus faible sur les volailles vendues découpées. En filière ponte, le LR est beaucoup plus récent (années 1990). En 2015 en France, près de 70 % des poules pondeuses sont élevés en cages¹¹ (code 3), 6 % au sol (code 2), 13 % en plein air et 5 % en Label rouge (code 1), et 8 % en biologique (code 0). Mais l'engagement des distributeurs à cesser la commercialisation des œufs de poules élevées en cage d'ici 2020 ou 2025 fait rapidement évoluer cette répartition. En porc, plus de 95 % de la production française sont conventionnels en 2015, même si la production biologique (0,4 % de la production) et le Label rouge (4,0 %) augmentent (+7 % et +19 % respectivement sur un an). Le prix plus élevé des produits biologiques (entre 1,5 et 2,5 fois plus cher d'après le panel de consommateurs Kantar) et Label rouge (dans une moindre mesure) est une des explications de leur part de marché limitée. Cette situation laisse de la place au développement de multiples démarches privées, collectives ou individuelles, en particulier depuis le début des années 2000 et la crise de la « vache folle ». Au vu de leurs fonctionnements et cahiers des charges, nous les avons classées en trois catégories : rassurance (pas de changement du mode de production par rapport au standard réglementaire), progrès (vers un standard amélioré de production) et rupture (mode de production alternatif).

Tableau 2 - Part de la production total en SIQO en viande, lait et œufs en 2015

Types de labels	Part de la production totale (%)				
	Viande bovine	Viande de poulet	Viande de porcs	Œufs	Lait de vache
AB	3,1	1,2	0,4	8,0	2,3(a)
LR	1,5	15,4	3,5	5,0	0,1
IGP	0,1	0,5			0,8
AOC / AOP	0,1	0,1			9,6

(a) En fort développement (élevages en conversion), la production de lait biologique devrait atteindre 4 à 5 % de la collecte.

Source : Agence bio

10. Établissement public sous tutelle du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, l'Institut national de la qualité et de l'origine (INAO) accompagne les producteurs et gère les SIQO pour les produits fabriqués en France.

11. Les normes portent sur la densité maximale dans les bâtiments (750 cm² par poule en code 3, 9 poules/m² en code 2 et 1,6 poule/m² en code 0), la taille des lots (illimitée en code 1, 2 et 3 ; 6 000 poules par bâtiment en LR ; 3 000 poules par bâtiment en AB) et la taille du parcours extérieur (inexistant en code 2 et 3, 4 m²/poule en code 1 et 0 (sauf LR : 5 m²)).

2. Démarches de rassurance

Certaines démarches ont pour objectif de communiquer auprès des autres maillons de la filière (marketing B to B) ou des consommateurs (B to C), pour les rassurer sur le respect de la réglementation, l'origine du produit, sa qualité gustative (race, alimentation), etc. La plupart du temps, ces démarches mettent en avant les bonnes pratiques existantes, ou leur généralisation par la mise à niveau réglementaire des agriculteurs qui y adhèrent. Mais elles ne conduisent pas à de réelles modifications des systèmes ou pratiques d'élevage. Portées à titre collectif (interprofession) ou individuel (enseigne de distribution, groupe d'éleveurs), ces démarches communiquent sur l'origine du produit (Œufs pondus en France, Viande de France, Lait collecté et conditionné en France, lait En Direct Des Éleveurs, etc.).

Selon un sondage de Mediaprism (2013), 73 % des Français déclarent privilégier des produits d'origine française, et au-delà 69 % déclarent accorder une attention particulière à acheter des produits de leur région. Selon une enquête d'IPSOS pour Bienvenue à la ferme (IPSOS, 2014), « l'inquiétude à l'égard de la qualité des produits amène les Français à accorder davantage d'importance au lieu de fabrication (made in France) ainsi qu'à l'origine des produits ». En effet, 81 % des personnes enquêtées en 2014 disent privilégier « beaucoup plus » ou « un peu plus » que cinq ans auparavant l'achat d'un produit alimentaire fabriqué en France. La valorisation de l'origine correspond aussi à la volonté de soutenir l'économie régionale et nationale (patriotisme économique) pour 64 % des Français. Pour communiquer sur l'origine nationale des œufs et des viandes, les interprofessions des œufs (CNPO) et des viandes (INTERBEV¹², INAPORC, APVF¹³, CLIPP¹⁴) ont respectivement créé les démarches « *œufs pondus en France* » en 2012 et « *viandes de France* » en 2014. En lait, le logo « *Lait collecté et transformé en France* », créé en 2015 par Syndilait¹⁵, avec le soutien du ministère de l'Agriculture et de la Fédération nationale des producteurs de lait (FNPL), étiquette plus de 60 % des bouteilles et briques de lait proposées dans le commerce¹⁶.

Commune aux quatre types d'élevage de poules pondeuses (cages, sol, plein air, bio), la charte « Œufs pondus en France » est signée par les quatre familles de la filière française des œufs : alimentation animale (SNIA et COOP de France-Nutrition animale), l'accoupage (Syndicat national des accoupeurs), le conditionnement (Syndicat national des industriels et professionnels de l'œuf) et l'élevage (Confédération française d'aviculture et Comité national de Défense des Aviculteurs). Le logo garantit l'origine française des œufs et que les exploitations agricoles sont contrôlées par un organisme tiers indépendant. Au-delà de l'origine du produit, la charte atteste du respect des normes de protection animale et sanitaires françaises. Elle est en cours de remplacement par une charte « Œufs de France », similaire à la démarche « Viandes de France », par laquelle les signataires s'engageront à se conformer à la Charte sanitaire et à assurer une alimentation durable et de qualité aux poules pondeuses, par le biais de la démarche Duralim et de la certification Oqualim.

Lancé en 2014 et décliné en sept logos – porc, volaille, lapin, viandes bovine, chevaline, ovine et caprine – le label Viandes de France permet aux consommateurs d'identifier une viande issue d'animaux nés, élevés, abattus et transformés en France. Comme indiqué sur le site du ministère de l'Agriculture, « il garantit un mode de production respectueux de l'environnement, du bien-être animal et d'animaux nourris grâce à une alimentation saine

12. Interprofession bétail et viande.

13. Association pour la promotion de la volaille française.

14. Comité lapin interprofessionnel pour la promotion des produits français.

15. SYNDILAIT est l'organisation professionnelle regroupant en France la majorité des fabricants de laits de consommation liquides.

16. <http://leblogdulait.fr/nouveau-logo-lait-collecte-transforme-france/>.

et durable. Garant d'une traçabilité totale, le logo Viandes de France répond à des normes sanitaires rigoureuses. Son volet social atteste d'un salaire minimum appliqué et du respect du droit du travail français protecteur des salariés. Enfin, choisir Viandes de France permet aussi de contribuer à la diversité et à l'excellence génétique française, tout en préservant des savoir-faire qui se transmettent de génération en génération ». Ces démarches sont contrôlées par la DGCCRF¹⁷ et la DGAL¹⁸.

3. Démarches de progrès

Les démarches que nous qualifions « de progrès » se caractérisent par leur objectif de faire progresser l'ensemble des éleveurs vers le respect des normes réglementaires et de les inciter à mettre en œuvre des pratiques allant au-delà de la réglementation. Dans leur cahier des charges, elles ne fixent pas un niveau absolu à respecter mais un engagement à s'améliorer, assorti d'indicateurs de suivi. L'existence d'un plan de progrès permet de fixer des objectifs et de communiquer sur eux à moyen et long termes. Il porte en général sur plusieurs dimensions : la santé, le bien-être et l'alimentation animale, l'impact sur l'environnement, la rémunération des éleveurs, etc. Il comprend des critères mesurables (score atteint sur chaque critère), un plan d'accompagnement des éleveurs, un échéancier et des objectifs de volumes. La création d'une démarche de progrès commence habituellement par un audit des pratiques, pour situer le niveau de départ. Ensuite, les critères sur lesquels les participants devront progresser sont discutés. Enfin, un plan de progrès est décidé, indiquant les niveaux d'exigences à atteindre pour chaque critère, les volumes engagés dans la démarche et les échéances. L'initiateur de la démarche doit aussi décider si elle s'impose à tous, pour définir un « standard amélioré », ou si elle s'adresse à certains dans une optique de différenciation des modes de production et de segmentation du marché.

Parmi ces nombreuses démarches, les unes sont collectives, gérées par la profession et les interprofessions (chartes de bonnes pratiques d'élevage), les autres sont individuelles, mises en place par l'amont (coopératives) ou l'aval des filières (transformateurs, distributeurs, etc.). Les chartes sont surtout utilisées dans la relation entre partenaires commerciaux, pour disposer d'arguments en cas de besoin (crise médiatique par exemple), tandis que les autres démarches s'adressent au consommateur (étiquetage des produits et segmentation du marché).

3.1. Démarches collectives interprofessionnelles : chartes de bonnes pratiques

Les guides et chartes de bonnes pratiques relèvent du même esprit : codifier certaines pratiques et s'assurer qu'elles sont effectivement respectées, afin de rassurer les acheteurs intermédiaires et finaux sur les conditions de production (Sans, 2003). La coordination au niveau interprofessionnel permet de couvrir tous les maillons de la filière (éleveurs, fabricants d'aliments, abatteurs, transformateurs).

17. DGCCRF : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

18. DGAL : Direction générale de l'alimentation.

En 1997, la coopérative laitière Sodiaal a créé « La Route Du Lait », première démarche de management qualité du secteur laitier français, pour garantir aux clients et consommateurs de ses produits « une qualité totale du lait, de la production à la consommation ». Le respect des engagements de la coopérative sur « les garanties sanitaires, l'hygiène, le bien-être des animaux, le respect de l'environnement, le professionnalisme des producteurs et les services donnés par les coopératives du groupe » (sodiaal.fr) est attesté, une fois par an par AFNOR Certification, organisme certificateur indépendant. En complément, chaque exploitation engagée est audité tous les trois ans, par les techniciens de la coopérative, pour évaluer ses pratiques dans sept domaines : identification, santé et alimentation des vaches, qualité du lait, conditions de travail, respect de l'environnement, durabilité. À la fin de l'audit, un plan d'actions est rédigé par l'éleveur et son conseiller, matérialisant l'engagement du producteur à progresser de l'étape 1 (respect de la Charte de bonnes pratiques d'élevage, CBPE) à l'étape 2 (avoir un temps d'avance et proposer des produits différenciés), puis 3 (sensibilisation à des thématiques importantes à l'avenir). En 2017, 63 % des exploitations de Sodiaal (70 % des volumes traités) sont en étape 2 ou 3, donc au-delà du seul respect des exigences réglementaires en matière de production laitière.

La CBPE a été créée en 1999 par la Confédération nationale de l'élevage (CNE¹⁹), en réponse à la crise de la « vache folle » et aux interpellations de l'élevage bovin sur ses impacts environnementaux. En 2017, plus de 95 % des éleveurs laitiers et les deux tiers des éleveurs professionnels de bovins viande adhèrent à la démarche, qui est maintenant cogérée entre la CNE et les interprofessions (CNIEL²⁰ et Interbev). La CBPE affiche ses deux objectifs dans le slogan « *bien faire et le faire-savoir* », c'est-à-dire accompagner les éleveurs dans le respect de la réglementation, voire au-delà et faire connaître leur professionnalisme aux autres maillons de la filière. Pour l'éleveur adhérent, la Charte est un outil de progrès et d'auto-évaluation. Y adhérer tend à devenir une condition d'accès au marché, faisant de la CBPE une norme professionnelle. C'est un prérequis pour la commercialisation en Label rouge gros bovins (Certification de Conformité de Produit, Race à Viande, Cœur de Gamme), et en lait, les industriels l'intègrent dans les contrats entre producteur et collecteur et dans les cahiers des charges privés. Si les exigences de la charte ne vont pas au-delà de la réglementation, à quelques exceptions près (par exemple sur la traçabilité), les 41 bonnes pratiques à respecter, réparties en six chapitres (identification, santé, alimentation, qualité du lait, conditions de travail, environnement), se traduisent par la mise en œuvre de mesures techniques parfois complexes et difficiles à maîtriser dans leur totalité par certains éleveurs. Chaque élevage reçoit la visite d'un technicien agréé, tous les deux ans, au cours de laquelle les pratiques sont évaluées une à une. L'éleveur est adhérent si tous les points sont validés. Au-delà, l'échange entre l'éleveur et le technicien permet de positionner chaque pratique par rapport à un référentiel, de dégager les marges de progrès et d'identifier les améliorations à apporter. Depuis 2010, un contrôle tierce partie est réalisé par un organisme certificateur. Pour s'adapter aux évolutions de la réglementation et des attentes sociétales, la charte est régulièrement révisée : en 2003 (registre d'élevage et agriculture raisonnée), en 2007 (paquet hygiène, conditionnalité des aides PAC, élevage de veaux) et en 2012 (sécurité sanitaire des produits, sécurité des personnes en élevage, environnement). Une prochaine révision est en cours de réflexion.

19. Confédération nationale de l'élevage : association qui fédère les organisations professionnelles syndicales, techniques et coopératives de l'élevage de ruminants lait et viande (FNB, FNPL, FNO, FNEC, JA, APCA, Coop de France - Pôle Animal).

20. Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière.

Des chartes de bonnes pratiques existent aussi en élevage caprin (Code mutuel de bonnes pratiques mis en place en 2004 par l'interprofession caprine, ANICAP), cunicole (Charte de démedication et Pacte d'avenir lancés par l'interprofession du lapin, CLIPP, en 2011 et 2017 respectivement) et en volailles de ponte (Contrat sociétal d'avenir lancé en 2016 par le CNPO). En lapin, le Pacte d'avenir vise à proposer de nouvelles normes de bien-être en élevage. En poules, les distributeurs puis les IAA²¹ se sont engagés à ne plus commercialiser ou utiliser d'œufs de cage²² : Monoprix en 2013 sous sa propre marque²³ et en 2016 dans tous ses rayons, puis l'ensemble des enseignes d'ici 2020 ou 2025. En réaction, la filière s'est engagée à atteindre 50 % de poules en systèmes alternatifs (sol, plein air, bio) d'ici 2022, contre un tiers actuellement. Pour cela, le CNPO négocie avec la grande distribution pour qu'elle finance 20 % des 500 millions d'euros d'investissements nécessaires sur cinq ans. Le Contrat sociétal d'avenir prévoit aussi des recherches pour réduire l'utilisation des antibiotiques et faire évoluer les techniques d'épointage. En porc, le Contrat d'Avenir Sociétal lancé en 2015 par l'UGPVB et Coop de France définit un cahier des charges à respecter par les élevages et évalue les surcoûts de chaque mesure (bien-être, environnement, santé). Des négociations ont eu lieu avec les distributeurs, sans succès, pour qu'ils contribuent au financement de ces surcoûts à hauteur de 50 à 100 millions d'euros par an. Le plan de développement et de transformation de la filière porcine française, rédigé par Inaporc et remis au Président de la République fin 2017, dans le cadre des États généraux de l'alimentation, prévoit la création d'une démarche collective dénommée « Porc Respect et Confiance ». Elle vise trois objectifs : i) adosser une démarche de RSE au logo « Le porc français » (socle de base), ii) créer une nouvelle segmentation en élaborant « une charte visant à définir collectivement et à harmoniser des critères jugés importants pour répondre aux attentes qualitatives et sociétales des consommateurs [santé, bien-être et alimentation animale, environnement, qualité de la viande] » (objectif : 15% de la production nationale) et iii) accroître la production sous SIQO et CCP (objectif : 10 % de porc bio et 12 % de porc LR en 2027).

3.2. Démarches de progrès mises en place par des coopératives ou entreprises

À côté des signes officiels de qualité (propriété du ministère de l'Agriculture, aux volumes de production croissants mais encore très limités) et des chartes de bonnes pratiques des interprofessions (outil de rassurance interentreprises), des coopératives, industriels ou distributeurs créent leurs propres démarches pour répondre aux demandes de leurs clients, se démarquer de leurs concurrents et améliorer leur image. Nous en avons choisi quelques-unes pour illustrer le principe.

3.2.1. Pilotage par l'amont : la Nouvelle Agriculture de Terrena

En 2009, la coopérative Terrena a organisé une grande consultation auprès de l'ensemble de ses adhérents sur la question : « *Quel avenir pour l'agriculture de Terrena ?* ». Initialement pensée pour se positionner sur la question des OGM, cette consultation a fait émerger la volonté d'évoluer vers une agriculture plus écologique, en s'appuyant sur le concept de « l'agriculture écologiquement intensive ». Cette agriculture vise à réduire l'utilisation d'intrants chimiques et son impact environnemental, tout en maintenant ses rendements. La Nouvelle Agriculture (NA) est une marque commerciale, propriété de Terrena²⁴. D'abord centrée sur le blé (farine), dans un objectif environnemental, la démarche s'est ensuite étendue aux viandes – lapin en 2013, porc en 2014, poulet en 2015, bœuf

21. L'industrie agroalimentaire utilise près de la moitié de la production française d'œufs sous forme d'ovoproduits.

22. En 2016, l'œuf en cage représente (encore) la moitié (54 %) des achats des ménages, les œufs plein air (20 %), bio (13 %) et Label Rouge (11 %).

23. Plus de la moitié des ventes d'œufs aux consommateurs se font sous les marques de distributeurs.

en 2016 – en intégrant des solutions aux questions de bien-être, santé (réduction ou suppression des antibiotiques) et alimentation (soja non OGM) des animaux. Elle comprend un cahier des charges, élément de communication B to C (point de départ, tableau 3), un plan de progrès, élément de communication B to B (échéances et volumes visés), et enfin un catalogue de solutions techniques. Par exemple, en lapin, la Nouvelle Agriculture s'est engagée à atteindre cinq élevages en test la première année, 10 % des élevages la deuxième année et 100 % des élevages au bout de cinq ans. En poulet, la densité a été réduite de 33 à 30 kg par m² (23 poulets / m²), avec l'engagement d'atteindre 27 kg par m² (17 ou 18 poulets par m²). Les contrôles sont réalisés chaque année par les techniciens de Terrena, pour faire le point avec l'éleveur sur ses acquis et ses marges de progrès, et par un organisme de certification reconnu (Bureau Veritas, contrôle aléatoire). Le mode de production NA est plus proche du standard que des signes de qualité. En poulet, il s'apparente à la démarche « poulet de demain » (Kip van morgen) des distributeurs aux Pays-Bas (milieu enrichi de bottes de paille, croissance un peu plus lente, etc.). Pour le consommateur, le prix de vente des produits NA est 7 à 12 % plus cher que le standard. En poulet, une centaine des 1 400 aviculteurs de la coopérative produisent en NA. En porc, environ 40 000 porcs NA étaient produits par an au lancement de la démarche en 2014, 100 000 porcs en 2015 et 200 000 porcs en 2017, soit la moitié des porcs produits par les éleveurs adhérents de la coopérative. La plus-value perçue par l'éleveur est de 8 à 12 euros par porc produit.

3.2.2. Pilotage par l'aval

3.2.2.1. Herta s'engage Filière Préférence

En 2001, après la crise de la « vache folle », la marque industrielle Herta (groupe Nestlé) lance la démarche « Herta s'engage », pour apporter aux consommateurs des garanties de qualité et sécurité. En 2006, l'engagement s'élargit à la nutrition (réduction des teneurs en sel et gras) et aboutit en 2010 à la signature, par Herta²⁵, de la charte d'engagement volontaire de progrès nutritionnel dans le cadre du PNNS (Programme national nutrition santé). En 2014, l'accord collectif de Herta est signé par le ministre de l'Agriculture et le PDG de l'entreprise, accord reconnu par l'État dans le cadre du Programme national pour l'alimentation (PNA)²⁶. Il fixe des objectifs chiffrés d'amélioration d'ici fin 2015 sur la qualité nutritionnelle (moins de sel, moins de gras), la préservation des ressources naturelles (emballages recyclés, réduction de la consommation d'eau et d'électricité, des émissions de CO₂) et la durabilité des modes de production et de transformation. Sur ce dernier point, Herta s'engage à mettre en place la démarche « Herta s'engage Filière Préférence », pour au moins 10 % de ses approvisionnements en jambon d'ici fin 2015. Les organisations de producteurs et abatteurs de porcs Cirhyo, Fipso, Cobéval, Tradival et Bigard sont signataires. Ils s'engagent à identifier les éleveurs prêts à adhérer à la démarche et à veiller à ce qu'ils respectent les bonnes pratiques, dans une dynamique de progrès continu. En contrepartie, Herta s'engage (contrat de trois ans reconductible), à acheter à l'abattoir et aux groupements les pièces de porcs des élevages partenaires. Seule une description très générique des bonnes pratiques à respecter est accessible au grand public ; la grille détaillée d'évaluation des élevages n'est pas diffusée. Pour entrer dans la démarche, un élevage doit atteindre un nombre minimal de points, qui reflète ses pratiques en termes de réduction des consommations d'eau, d'énergie, de rejets (N, P) et d'émissions de GES, de nutrition animale (origine des matières premières, formulation, indice de consommation) et de bien-être (surface par animal, lumière naturelle, etc.).

24. Créée à l'origine en co-branding avec l'enseigne U, la marque NA est devenue en 2017 « la nouvelle agriculture », appartenant uniquement à la coopérative.

25. http://agriculture.gouv.fr/sites/minagri/files/documents/Accord_collectif_PNA_Herta_-_accord_signe_cle41e713.pdf.

26. <http://agriculture.gouv.fr/programme-national-pour-l'alimentation-le-ministere-de-l'agriculture-lance-l'appel-projets-2016-2017>.

Tableau 3 - **Grandes lignes des cahiers des charges Nouvelle Agriculture en élevage**

Filière	Obligations
Poulet	<ul style="list-style-type: none"> • Traçabilité à l'exploitation • Alimentation : cahier des charges Bleu Blanc Cœur • Nourri sans OGM (< 0,9 % conformément à la réglementation) • Sans antibiotiques • Densité d'élevage maximale inférieure ou égale à 30 kg/m² • Poulets à croissance plus lente : croissance génétique maximale ≤ 50 g/jour (a) • Plan de suivi de la locomotion • Enrichissement du milieu • Accès à un parcours extérieur OU lumière naturelle, bottes de paille, perchoirs, objets à piquer • pour les élevages en bâtiment • Ombre et abris à l'extérieur pour les élevages en plein air ou biologiques • Contrainte kilométrique jusqu'à l'abattage
Porc	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentation : cahier des charges Bleu Blanc Cœur et céréales régionales • Nourri sans OGM (< 0,9 % conformément à la réglementation) • Lumière naturelle <p>Plan de progrès : enrichissement du milieu, arrêt de la castration, arrêt de la coupe des queues, travail sur la condition des truies en maternité, sans antibiotique à partir du 42^e jour (évolution vers le porc sans antibiotique dès la naissance)</p>
Lapin	<ul style="list-style-type: none"> • Élevés sans antibiotiques • Alimentation : cahier des charges Bleu Blanc Cœur • Nourri sans OGM (< 0,9 % conformément à la réglementation) <p>Lapins en engraissement :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espace disponible : > 800 à 1 500 cm² / lapin, selon taille du groupe et législation nationale • Longueur d'enclos : > 1,8 m ; aucune restriction de hauteur • Sols confortables • Enrichissement de l'environnement • Pas d'utilisation systématique d'antibiotiques <p>Lapines reproductrices :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lapines en groupe ; logement individuel permis pendant l'allaitement • Mesures préventives pour limiter les problèmes d'agression (groupes stables, possibilités d'échapper aux autres) • Enclos sans restriction de hauteur • Sols confortables • Enrichissement de l'environnement, matériaux de nidification, plate(s)-forme(s) • Objets à ronger, cachettes et foin ou paille • Transition lumineuse progressive et lumière naturelle dans les nouveaux bâtiments • Pas d'utilisation systématique d'antibiotiques
Bovins	<ul style="list-style-type: none"> • Nés, élevés et préparés en France • Alimentation : cahier des charges Bleu Blanc Cœur (herbe et fourrages de la ferme) • Respect Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage

(a) En France, un poulet à croissance lente a un gain moyen quotidien de 25-27 g contre plus du double (60 g) pour un poulet à croissance rapide.

Source : divers presse

3.2.2.2. Fleury Michon « engagé dans l'élevage » sous la marque « J'aime »

En 2015, le salaisonier Fleury Michon s'allie au pôle animal du groupe Avril (Abera et Sanders) pour lancer sa nouvelle gamme de produits de charcuterie (jambon et rôti), « J'aime », élaborée à partir de porcs nourris sans OGM et sans traitements antibiotiques à partir de 42 jours d'âge. Le cahier des charges « Engagés dans l'élevage » (tableau 4) comprend des exigences sur l'alimentation, la santé et le bien-être animal, l'environnement, la qualité nutritionnelle des produits, la rentabilité économique de la production, les conditions et le maintien des emplois ainsi qu'un plan de progrès sur six ans. L'élevage candidat à la démarche doit être situé à moins de 200 km de l'abattoir et passer un audit en 50 questions. Comme dans la démarche Herta, pour chaque question, il obtient une note comprise entre 1 et 5, soit un score maximal de 250 points. La certification est accordée par un organisme tiers, Certipaq. En 2017, une cinquantaine d'éleveurs de l'organisation de producteurs Porc Armor Évolution, partenaire de Sanders, sont impliqués dans cette démarche, pour un volume annuel de 155 000 porcs produits (8 à 9 % du total), commercialisés dans un millier de points de ventes.

Tableau 4 - Cahier des charges « Engagés dans l'élevage » (Avril), marque « J'aime » (Fleury Michon)

1. Aliments blancs et thermisés du sevrage (42^e jour) à la vente

Objectif : améliorer la sécurité sanitaire et la digestibilité des aliments.

Si des animaux sont malades, traitements individuel ou collectif par pompe doseuse. Identification spécifique des animaux traités après le 42^e jour d'âge.

2. Céréales françaises et certifiées sans OGM

3. Silos propres et identifiés

Objectif : réduire les risques sanitaires, faciliter les livraisons et donner une image positive de l'élevage.

4. Réduction des antibiotiques

Aliments blancs obligatoires de la naissance à la vente, anti-parasitaires et antalgiques autorisés.

Traitements antibiotiques uniquement par injection ou pompe doseuse avant 42 jours d'âge.

Après 42 jours d'âge, identification des animaux ayant reçu un traitement antibiotique.

Utilisation interdite des molécules présentes dans la liste des antibiotiques critiques.

Bilan chiffré de l'usage d'antibiotiques à l'échelle de l'élevage et mise en place de l'indicateur de suivi de l'usage de ces traitements ALEA.

5. Génétique NN²⁷ résistante au stress

Remarque : aucun critère sur les résultats d'abattage (pH, taux de conformité).

6. Priorité au bien-être animal

Strict respect de la réglementation bien-être animal.

Distance maximale de 200 km entre l'élevage et l'abattoir Abera (coût du transport et bien-être animal).

Étourdissement des animaux au CO₂ à l'abattoir.

Voies de progrès : pipettes d'eau en engraissement par exemple.

7. Développement durable

Consommation d'aliment optimisée : bon indice de consommation, barres antigaspillage (nourrisseurs à sec).

Compteurs d'eau et d'électricité, et utilisation à terme du logiciel Geep (Ifip)

8. Lumière naturelle (objectif visé)

Le cahier des charges n'impose initialement que le respect de la réglementation bien-être en vigueur (40 lux pendant 8 heures par jour), mais objectif d'offrir une lumière naturelle aux animaux.

Objectif : rendre les bâtiments d'élevage plus agréables pour les visiteurs et améliorer les conditions de travail des éleveurs.

9. Suivi des performances pour progresser

Suivi des performances techniques (GTE²⁸ et GTTT) trimestriel pour les naisseurs-engraisseurs et semestriel pour les post-sevrageurs engraisseurs.

10. Élevage rangé, à l'extérieur comme à l'intérieur (dans l'optique d'accueillir des visiteurs)

Extérieur : aucun débris ou matériel en vue ; Intérieur : petit matériel rangé à l'abri des regards

11. Bonne intégration paysagère

Présence de haies d'arbustes tout autour de l'élevage, bardage vert du bâtiment.

12. Accueil du public à la ferme deux fois par an

Source : divers presse spécialisée

27. Sélection des porcs homozygotes NN pour leur meilleure résistance au stress (effet sur la qualité de la viande).

28. GTTT : Gestion Technique des Troupeaux de Truies ; GTE : Gestion Technico-Économique.

3.2.2.3. Les filières qualité de Carrefour et Auchan

La plupart des enseignes de distribution commercialisent sous leur propre marque des produits labélisés SIQO, Bleu Blanc Cœur²⁹ ou viandes de France. Elles commercialisent aussi des marques comme *C'est qui le patron ?!*, *En Direct des Éleveurs*, etc. Au-delà, leurs stratégies pour répondre aux demandes sociétales diffèrent. Carrefour et Auchan ont construit des filières qualité (Filières Qualité Carrefour et Filière responsable engagée), Super U et Casino construisent des partenariats avec des fournisseurs et Intermarché et Leclerc ont fait le choix de ne pas segmenter, hormis par les signes officiels de qualité et d'origine. Par rapport aux SIQO, ces stratégies privées de différenciation ont l'avantage de pouvoir modifier plus facilement leurs cahiers des charges pour s'adapter aux nouvelles attentes des clients. Les SIQO sont absorbés ou imités par les démarches de l'enseigne, comme l'illustrent les filières de qualité et la gamme de produits d'origine (Reflets de France) de Carrefour (Valceschini, 2003).

Initiée en 2014, la démarche « *filière responsable engagée pour vous* » de Auchan regroupe 37 filières en 2017 : boucherie et charcuterie, en général Label Rouge³⁰, fromage, lait, poisson, fruits et légumes, épicerie, etc. Les cahiers des charges comprennent quatre piliers : satisfaction du consommateur (qualité gustative et sanitaire), environnement (réduction des impacts, biodiversité), bien-être et santé animale (conditions de logement, réduction des traitements médicamenteux) et social (juste rémunération du travail des éleveurs). Adaptés aux spécificités de chaque catégorie de produits, ils sont conçus en partenariat avec les fournisseurs et des associations. L'étiquetage des produits « *filière responsable engagée pour vous* » permet aux clients d'identifier rapidement les produits en rayon. Des animations sont menées par les producteurs en magasin, pour faciliter le contact direct avec les consommateurs.

Les Filières Qualité Carrefour (FQC) ont été créées en 1992, pour répondre aux inquiétudes des consommateurs sur les impacts de l'élevage sur l'environnement et la santé. Elles comprenaient le bio à l'origine, puis en 1993 la filière qualité race normande, créée pour distinguer la viande de vaches normandes. En 1999, Carrefour ne commercialisait plus, sous sa marque, que des produits sans OGM (sauf en viande bovine). En 2013, l'enseigne a lancé la première filière française sans antibiotique pour le poulet fermier Label Rouge d'Auvergne de sa Filière Qualité, suivie du porc en 2015 (jambon, lardons, saucisses), du veau et du lapin en 2017 (tableau 5). Pour s'approvisionner en porc sans antibiotique, une concertation de deux ans entre Carrefour et l'organisation de producteurs Cooperl³¹ a été nécessaire pour rédiger le cahier des charges. Deux possibilités s'offraient en effet : avoir des exigences très élevées (aucun antibiotique de la naissance à l'abattage³²), atteignables par un nombre limité d'éleveurs et conduisant à des prix plus élevés pour le consommateur,

29. Créée en 2000, l'association Bleu Blanc Cœur (BBC) est la première démarche d'intérêt nutritionnel et environnemental reconnue par les ministères de la Santé et de l'Agriculture. Elle a pour ambition d'« *organiser et de promouvoir les filières de production agricole qui intègrent des préoccupations nutritionnelles pour le consommateur* ». Outre ces préoccupations nutritionnelles (présence d'oméga 3 dans l'alimentation des animaux), le cahier des charges BBC encourage la diversification des cultures (lin, luzerne, lupin), ce qui contribue à la biodiversité et à la réduction des gaz à effet de serre. En 2011, les Nations unies ont reconnu la démarche Bleu Blanc Cœur comme une méthode officielle pour la lutte contre les gaz à effet de serre.

30. Volailles Label Rouge Lyré Fermier, Porc de nos Villages, Veau de l'Aveyron et du Ségala, bœuf des Hauts de France.

31. Avant de se lancer dans une production sans antibiotique, Cooperl a commencé en 2012 à arrêter de la castration des porcelets. Ceci permet d'éviter les infections secondaires nécessitant des traitements antibiotiques, améliore l'efficacité des vaccins et réduit la sensibilité des cochons aux infections. L'arrêt de la castration est aussi positif pour le bien-être animal et l'environnement (meilleur indice de conversion alimentaire).

32. En 2014, le groupement de producteurs de porcs CAP 50 (fusionné avec Terrena en 2015) avait lancé, avec le fabricant d'aliment Terdici et l'abattoir AIM, un porc sans antibiotique de la naissance à l'abattage (Grégorio), commercialisé dans les magasins U et chez des bouchers-traiteurs régionaux. La démarche devait concerner 130 000 porcs par an, un tiers de la production du groupement. La plus-value offerte aux adhérents était de 3,9 cts€/kg.

ou avoir des exigences moindres (sans antibiotiques à partir de 42 jours) et atteindre des volumes importants. Cette seconde option a été retenue, dans un premier temps, pour faire entrer le maximum d'éleveurs dans la démarche et être plus impactant en termes de volumes et de visibilité en magasin. Les porcs sans antibiotiques sont aussi commercialisés sous la marque Brocéliance, appartenant à Cooperl. En 2017, 350 éleveurs participent à la démarche pour un volume d'environ 1,5 million de porcs produits, soit le quart de la production de la coopérative. À titre de comparaison, le LR et l'AB représentent 60 000 et 32 000 porcs respectivement. À partir de 2018, les produits de la gamme « bien élevés » (jambon, rôtis, mini-saucissons) de la Cooperl seront issus de porcs n'ayant reçu aucun traitement antibiotique depuis la naissance. Le cahier des charges comprend aussi l'arrêt de la castration et une alimentation sans OGM. Renoncer aux antibiotiques (même à partir de 42 jours d'âge en élevage porcin) conduit l'éleveur à améliorer certaines pratiques d'élevage : animaux plus robustes (prise colostrale, arrêt de la castration, alimentation), recours à des alternatives (vaccination, plantes, homéopathie, probiotique, antioxydants), bonnes pratiques d'hygiène (gestion de la ventilation, de la qualité de l'eau, de la litière, nettoyage des bâtiments, etc.).

Ces démarches « sans » (antibiotiques, OGM, nitrites, etc.) s'inscrivent dans une stratégie de requalification où « il ne s'agit pas de qualifier le produit sur la base d'une différenciation technique positive (un "plus" qualité), mais d'atténuer une caractéristique négative. [...] Il n'y a pas de nouveau concept global : les changements techniques peuvent être importants mais ils sont limités au problème posé, ils ne peuvent donner lieu qu'à un étiquetage prudent et surtout pas à écart de prix (il est déconseillé de demander au consommateur de "payer pour ne pas avoir de problème de qualité") » (Sylvander, 2003). En termes de positionnement de marché, excepté pour la volaille (Label Rouge), les FQC proposent des produits intermédiaires entre le standard et les SIQO, « un cœur de gamme plus », entre le premier prix et le haut de gamme. Vendus environ 10 % plus chers que le standard, ils représentent un chiffre d'affaires plus élevé que celui d'une marque comme Reflets de France ou Carrefour Bio.

Tableau 5 - Cahier des charges FQC poulet fermier et porc sans antibiotique

Poulet fermier	Porc
<ul style="list-style-type: none"> • Issu d'une souche rustique, et élevés pendant 81 jours (croissance lente) • Alimentation : au minimum 75% de céréales, et sans OGM (< 0,9 %) <p>Élevé sans antibiotiques et sans anticoccidien grâce à des plantes médicinales (phytothérapie)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poulet fermier élevé en plein air : accès à un parcours herbeux à partir du 42^e jour, conformément au cahier des charges Label rouge • Organisme d'inspection mandaté pour contrôler le respect du cahier des charges 	<ul style="list-style-type: none"> • Des animaux nés, élevés et abattus en France • Alimentation : céréales et soja garanti sans OGM (< 0,9 %) • Sans antibiotiques à partir de 42 jours d'âge • Bonnes pratiques d'élevage en termes de bien-être des animaux • Bonnes pratiques environnementales : gestion des effluents et déchets d'élevage, utilisation raisonnée des énergies • Qualité de la viande : conformation, poids, couleur, gras

4. Démarches de rupture pour une alternative crédible

Les démarches de rupture visent à proposer des modes de production significativement différents du standard par des cahiers des charges fixant des exigences nettement au-dessus de la réglementation. La rupture peut être nette (agriculture biologique, mention « fermière » ou certains cahiers des charges privés comme le Porc Authentique sur paille par exemple) ou progressive, avec des labels à deux ou trois niveaux d'exigences, comme il en existe dans le nord de l'Europe.

4.1. Rupture nette : proposer une alternative, très différente, au modèle conventionnel

4.1.1. Plus bio que bio : Les 2 Vaches et Bio Cohérence

Lancée en 2006, Les 2 Vaches est une marque de la société Stonyfield Farm³³, filiale bio du Groupe Danone. Les produits Les 2 Vaches sont audités par l'organisme de certification Ecocert pour mériter l'appellation AB. Les élevages doivent respecter le cahier des charges de l'agriculture biologique : accès obligatoire au pâturage, 60 % de fourrages au minimum dans la ration, litière obligatoire (caillebotis interdit sur l'aire de couchage), surface minimale par animal (6 m²/animal en bâtiment, 4,5 m²/animal en aire d'exercice extérieure et 2 UGB/ha SAU au pâturage), attache interdite, traitements préventifs, races rustiques encouragées. De plus, ils sont audités une fois par an par un technicien, sur huit critères définis en partenariat par des éleveurs et l'association de protection animale CIWF : état d'engraissement, locomotion, taux de réforme, taux de mammites, comportement (distance d'approche de l'homme), confort, propreté, nombre de jours au pâturage par an. Pour encourager le progrès continu, Les 2 Vaches verse une prime aux éleveurs ayant les meilleurs résultats sur ces indicateurs de bien-être animal. En 2011, Les 2 Vaches a obtenu la mention d'honneur aux vaches d'or du Trophée Bien-être organisé par CIWF.

Lancée en 2010, par une association de producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs de produits biologiques, la marque Bio Cohérence garantit des produits biologiques (principalement alimentaires) répondant à des critères exigeants, définis en partenariat avec l'association de protection animale WELFARM. Le credo de Bio Cohérence est que « le développement actuel du marché biologique tend incontestablement à reproduire les mécanismes économiques qui ont conduit le secteur agricole conventionnel au pied du mur et cela au mépris du mieux disant environnemental, des producteurs et des consommateurs »³⁴. Les opérateurs labellisés Bio Cohérence signent la charte des valeurs, respectent un cahier des charges accessible en ligne³⁵ et s'engagent dans une démarche de progrès englobant les aspects sociaux et environnementaux. Le cahier des charges est plus exigeant que celui de l'agriculture biologique ; il impose un lien au sol obligatoire, l'utilisation de races robustes et plafonne la taille d'élevage³⁶. Comme Les 2 Vaches, Bio Cohérence organise des consultations avec les consommateurs pour mieux cerner leurs attentes et faire évoluer le cahier des charges.

33. Stonyfield Farm est l'inventeur du « yoghurt with a conscience » (yaourt avec une conscience), militant et respectueux de l'environnement. En 2001, le Groupe Danone, n° 1 des produits laitiers dans le monde est devenu actionnaire majoritaire de Stonyfield Farm (devenu n° 1 du yaourt biologique aux États-Unis).

34. Communiqué de presse, Bio Cohérence, 09 /10 /2010 : <http://www.biocoherence.fr/images/media/2010%2011%2009%20cp%20bio%20coherence.pdf>.

35. http://www.biocoherence.fr/images/media/Documents/cahier_des_charges.pdf.

36. Plafond de taille en porc : 100 truies par UTH en système naisseur, 70 truies par UTH en système naisseur-engraisseur et 1 200 porcs à l'engrais par UTH en système engraisseur, le nombre d'UTH prises en compte étant limité à deux.

4.1.2. Bien-être animal : Porc Schweitzer et Réseau Cohérence

Précurseur, l'éleveur Thierry Schweitzer a développé dans les années 1990, en partenariat avec la SPA, un modèle d'élevage de porcs qui se rapproche beaucoup de l'idéal promu par les associations de protection animale. En témoigne le prix du meilleur éleveur OABA reçu en 2000 et le Trophée CIWF Porc d'Or en 2012. Les animaux sont élevés sur paille (caillebotis interdit), les truies sont libres en maternité, la queue des porcelets n'est pas coupée, les animaux disposent de plus de surface, de lumière naturelle grâce à l'ouverture des bâtiments sur l'extérieur. Leur alimentation est garantie sans OGM, ni additifs antibiotiques, ni farines (autorisées dans l'alimentation des porcs jusqu'en 2000) et graisses animales. Le cahier des charges, précis et détaillé, est accessible en ligne³⁷ (tableau 6). Les porcs sont commercialisés en vente directe sous forme de viande fraîche et transformée.

Tableau 6 - **Cahier des charges des porcs commercialisés sous la marque Thierry Schweitzer : sélection**

Thèmes	Contenu
Animaux	Commercialisés sous la marque « THIERRY SCHWEITZER » : femelles et mâles castrés. Épointage systématique des dents interdit (dérogation accordée en cas de nécessité justifiée, pour 10 % maximum des animaux). Coupe des queues interdite.
Normes d'élevage	Tous les animaux ont accès à une litière paillée et doivent pouvoir se mouvoir librement et n'être en aucune façon bloqués dans des cages ou attachés. Caillebotis interdit. Surfaces recouvertes de litière dans des bâtiments ouverts de type semi-plein air ou élevage en plein air total. Contention entravée interdite quel que soit le type d'animal (sauf truies en chaleur qui peuvent être bloquées pendant 3 jours maximum). Aires d'exercice adaptées à la catégorie et au nombre d'animaux.
Alimentation	Aliment fabriqué par l'éleveur ou acheté à un fabricant, si celui-ci respecte les normes suivantes. Sont interdits pour la totalité des animaux : <ul style="list-style-type: none"> • les matières premières obtenues par génie génétique ; • les farines de viande ou de poisson ; • les graisses animales ; • les facteurs de croissance ; • les antibiotiques à titre préventif ; • les antibiotiques en tant que facteurs de croissance ou économiseurs d'aliment.
Transport et abattage	Chargement du camion limité à 200 kg/m ² . Abattoir dans un rayon de 150 km maxi du lieu d'élevage. Étourdis par électroanesthésie et saignés dans les 10 secondes après l'étourdissement.

Source : <http://www.thierry-schweitzer.com/>

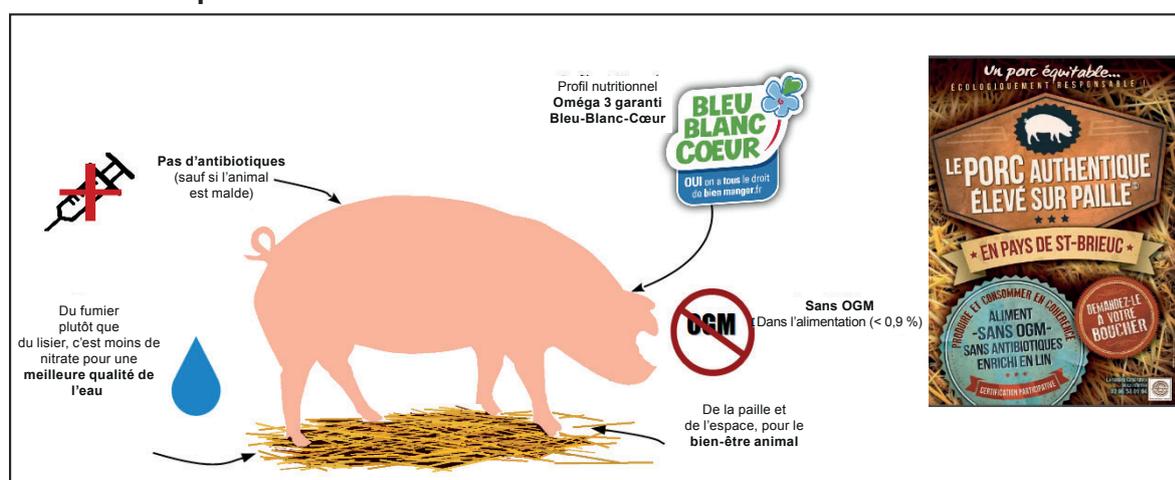
Depuis 2013, le Réseau Cohérence³⁸, initiateur de la filière « *Le Porc authentique, élevé sur paille* », certifie des élevages « durables ». En 2017, une dizaine d'exploitations sont labellisées « le Porc authentique ». Elles doivent respecter un cahier des charges comprenant

37. http://www.thierry-schweitzer.com/cahier_des_charges.pdf.

38. Cofondée en 1997 par Jean-Claude Pierre, fondateur de l'association Eaux et Rivières de Bretagne et des éleveurs du Réseau agriculture durable (devenu CIVAM, réseau Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural), l'association Réseau Cohérence regroupe, sur la Bretagne et au-delà, plus d'une centaine d'organisations membres (associations, syndicats, entreprises, etc.) et des membres individuels. Tous sont engagés pour un développement véritablement durable et solidaire. Cet engagement a été récompensé par deux trophées bretons du développement durable, en 2011 pour l'Agenda 21 des familles et du citoyen et en 2014 pour l'action en faveur de l'élevage de porc sur paille.

une cinquantaine de points, élaboré lors d'échanges entre associations environnementalistes, éleveurs et consommateurs. Quatre critères (sur 50) sont obligatoires : un engraissement exclusivement sur litière de paille ou de sciure avec une surface de 1,5 m² par porc (0,65 m² dans la réglementation) ; un aliment garanti et tracé sans OGM et enrichi en lin (BBC) ; un recours aux antibiotiques uniquement curatif, pour les truies en maternité, et une seule fois par mise bas ; un apport limité en azote lors de l'épandage (140 uN/ha au lieu des 170 unités réglementaires). Indicatifs dans un premier temps, les autres critères visent à faire entrer l'éleveur dans une démarche de progrès continu. Tous les trois ans, son élevage est évalué selon une certification participative, c'est-à-dire non pas par un organisme technique tiers mais par des consommateurs, riverains, associations, etc. « Le Porc authentique élevé sur paille » est commercialisé dans une vingtaine de boucheries, principalement dans les Côtes-d'Armor. Il a reçu le trophée breton du développement durable³⁹.

Figure 2 - Les quatre critères obligatoires de la démarche « Porc authentique élevé sur paille »



Source : <http://www.porc-authentique.com/>

4.2. Rupture progressive : labels bien-être à différents niveaux d'exigence

4.2.1. Les labels bien-être dans le nord de l'Europe

Allemagne, Danemark et Pays-Bas, pays où la segmentation des marchés est longtemps restée très marginale et où les attentes sociétales en matière de bien-être animal sont élevées, ont chacun créé des labels pour étiqueter les produits animaux selon le niveau de bien-être animal (Roguet et Rieu, 2014, Roguet *et al.*, 2017). Les labels les plus anciens, par exemple Neuland en Allemagne (depuis 1988) ou certifiés par Dyrenes Beskyttelse au Danemark (depuis 1992), avaient un seul niveau d'exigence, très élevé (bio, plein air). Les labels créés ces dernières années, Beter Leven aux Pays-Bas, Bedre Dyrevelfaerd au Danemark, Für Mehr Tierschutz et Mehr Tierwohl en Allemagne (figure 3) ont deux points communs. Tout d'abord, leurs cahiers des charges, transparents et accessibles en ligne, répondent aux attentes des citoyens : plus de place, moins de contention, moins

39. Organisé en partenariat avec l'État, la région Bretagne, l'ADEME et d'autres partenaires, les trophées bretons du développement durable récompensent des établissements d'enseignement, associations, entreprises ou acteurs publics pour leurs actions en matière de développement durable.

d'interventions douloureuses, accès au plein air, etc. Ensuite, ils fonctionnent avec des étoiles ou cœurs dont le nombre augmente avec le niveau d'exigences (figure 4). Dans tous les labels, le niveau supérieur garantit l'accès des animaux à l'air libre, l'absence totale de contention individuelle et de mutilation.

Figure 3 - Les principaux labels bien-être aux Pays-Bas, au Danemark et en Allemagne

Pays	Pays-Bas	Danemark		Allemagne		
Logo						
Nombre de niveaux	3 ★ 3 ~ bio	1 bio	3 ♥ 3 ~ bio	1 ~ bio	2 ★ 2 ~ Neuland	3 3 ~ bio
Mise en marché	2007	1992	2016	1988	2013	2019/2020
Porteurs	ONG Dierenbescherming	ONG Dyrenes Beskyttelse	Ministère de l'Agriculture	ONGs Deutscher Tierschutzbund, BUND, AbL	ONG Deutscher Tierschutzbund,	Ministère de l'Agriculture
Produits concernés	Viande (porc, poulet, bovin), œufs	Viande (volaille, porc, bovin, mouton, agneau), œufs	Viande (porc d'abord) puis autres produits	Viande (volaille, porc, bovin, mouton, agneau), œufs	Viande (porc, volaille), œufs	Viande (porc d'abord) puis autres produits

Source : Roguet *et al.*, 2017

Figure 4 - Comparaison simplifiée des cahiers des charges des labels bien-être allemands, danois et néerlandais

Critère	Beter Leven			Initiative Tierwohl	Mehr Tierwohl		Für Mehr Tierschutz		Bedre Dyrevelfærd		
	1*	2*	3*		1*	2*	1*	2*	1♥	2♥	3♥
Surface (m ²) Porcs à l'engrais	1,0	1,1	1,3	0,825 0,9 option	1,0	1 + 0,5 (courette)	1,08	1,5	0,65	0,845	1,3
Matériaux / fourrage	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Castration interdite	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Durée min. allaitement	23 j	35 j	42 j		28 j	35 j				28 j	28 j
Caudectomie interdite	Non	Oui	Oui	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Accès extérieur	Non	Oui	Oui	Option	Non	Oui	Non	Oui	Non	Non	Oui
Truies libres en maternité	Non	Oui	Oui	Non	Non	Oui			Oui	Oui	Oui

Entourés en rouge, les labels avec une part significative de marché : Beter Leven 1 étoile et Initiative Tierwohl, et probablement Mehr Tierwohl (pas encore commercialisé lors de la rédaction de l'article). Ce sont les moins contraignants.

Source : auteurs

Sans surprise, plus le niveau d'exigence est élevé, plus la part de marché est faible. D'un côté il est alors plus compliqué d'adapter les bâtiments d'élevage, de l'autre les surcoûts sont importants et difficiles à répercuter sur le marché, le consentement à payer étant limité et la plus-value récupérable essentiellement sur la viande fraîche (30 % de la consommation en porc). Certaines démarches rencontrent un vrai succès. Beter Leven One star, par exemple, représente 70 à 90 % de la viande fraîche de porc consommée aux Pays-Bas et 35 % des saucisses et de la charcuterie. 630 élevages sont labellisés pour 2,9 millions de porcs abattus. Les éleveurs perçoivent un bonus de 10 cts€/kg carcasse. L'Initiative Tierwohl, lancée en 2015 par les filières porcines et avicoles en Allemagne, représente 25 % des porcs et 76 % des volailles abattus en 2018. En revanche, 40 élevages de porcs seulement sont labellisés Für Mehr Tierschutz. Le succès de Beter Leven tient à l'engagement du premier distributeur néerlandais de ne commercialiser que des produits labélisés, et celui de l'Initiative Tierwohl allemande à l'implication de la plupart des distributeurs pour alimenter un fonds « bien-être ». Pour les pays du Nord, l'enjeu avec ces labels est triple : (i) répondre aux attentes des consommateurs pour conserver leur marché intérieur et potentiellement en conquérir d'autres, (ii) se préparer à un étiquetage obligatoire des produits selon le mode de production et (iii) trouver les moyens de financer les évolutions attendues en élevage. En Allemagne, Lidl a déjà annoncé qu'à partir d'avril 2018, il étiquettera selon le mode d'élevage les viandes fraîches (porc, bœuf, dinde, poulet) commercialisées sous ses propres marques. Le principe est le même que pour le marquage des œufs, avec quatre niveaux indiquant les conditions dans lesquelles les animaux ont été élevés : standard réglementaire, standard amélioré, accès à l'air libre et bio (figure 5). Début 2019, la moitié de la viande fraîche devra être étiquetée au moins au niveau 2 et à long terme, Lidl ne souhaite plus commercialiser, sous ses marques, de produits au niveau 1. « *Nous voulons que le niveau 2 devienne la norme minimale de Lidl, tout en élargissant continuellement notre gamme de produits biologiques et en continuant à travailler avec l'association allemande de protection des animaux sur le label Für Mehr Tierschutz* », explique Jan Bock, directeur des achats chez Lidl Allemagne.

Figure 5 - **Étiquetage des viandes selon le mode de production par Lidl Allemagne**



Source : www.lidl.de

4.2.2. Le développement des labels bien-être en France

Contrairement au nord de l'Europe, il n'existait pas en France jusqu'à présent de label spécifique sur le bien-être animal. La plupart des démarches françaises intégraient le bien-être animal, comme un critère parmi d'autres de la qualité du produit, comprenant aussi les impacts sur l'environnement ou la santé, l'origine, la rémunération des producteurs, etc.

Mais, face à la montée des attentes de société sur le bien-être, les démarches privées se multiplient dorénavant. Elles sont de plus en plus souvent conçues en partenariat avec une association de protection animale pour gagner en expertise et en crédibilité, et initiées surtout par l'aval de la production.

En février 2017, Carrefour a ainsi annoncé « la mise en place en 2017 de la première démarche de certification sur le bien-être animal en France avec un organisme certificateur indépendant [Veritas] et en partenariat avec les éleveurs et l'ONG WELFARM »⁴⁰. Cette démarche s'inscrit dans la politique de qualité et traçabilité mise en place par l'enseigne depuis 1992. « À l'époque, même si le bien-être animal était déjà présent, on parlait plutôt de bonnes pratiques d'élevage »⁴¹ précise Carrefour. Les objectifs affichés sont assez généraux : garantir le bien-être animal lors de l'élevage (sur la base des cinq libertés⁴²), du transport et de l'abattage, établir une liste d'indicateurs de bien-être animal (en partenariat avec WELFARM) et aller au-delà de la réglementation. Par exemple, « en bâtiment, l'enrichissement de l'environnement (litière, lumière naturelle, perchoirs et des densités adaptées seront des paramètres déterminants alors qu'en plein air les éleveurs seront plus vigilants vis-à-vis sur la rusticité des animaux, l'accès à de l'eau propre et la possibilité de s'abriter » précise Carrefour sur son site. La certification doit évaluer la politique de Carrefour en matière de bien-être animal (et non évaluer le niveau de bien-être dans les élevages fournisseurs). Pour cela, WELFARM compare les ambitions affichées par Carrefour à une liste d'attentes (environ 70 points), pour chaque espèce et pour chaque étape de vie des animaux. Cette comparaison permet d'évaluer l'ambition de Carrefour par rapport aux attentes de WELFARM. Dans cette collaboration, il ne s'agit pas pour l'association de protection des animaux de ferme de réaliser un audit de ce qui est fait, mais d'apporter « une caution, une approbation » sur ce que prévoit de faire le distributeur. Il ne s'agit pas non plus d'un étiquetage des produits avec le logo de WELFARM, qui « n'est ni une marque ni un organisme certificateur ». Pour garantir la transparence et la traçabilité des produits, éléments essentiels de la réussite de la démarche, Carrefour mise sur la technologie blockchain. Un flash code sur le produit acheté permettra au consommateur de consulter le contenu sur internet.

40. « Carrefour prend 4 nouveaux engagements sur la qualité alimentaire », communiqué de presse, Carrefour, 21 février 2017 <http://www.fo-carrefour.org/images/files/CP%20Carrefour%20prend%204%20nouveaux%20engagements%20sur%20la%20qualite%20alimentaire>.

41. <http://www.carrefour.fr/qualite-alimentaire/bien-etre-animal>.

42. Les cinq libertés fondamentales des animaux en élevage, définies par le Farm Animal Welfare Council en 1979, et reprises par l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) pour définir les conditions du bien-être animal sont : i) eau fraîche et régime alimentaire adapté pour être en pleine santé, ii) environnement approprié, avec abris et zones de repos confortables, iii) prévention et traitement rapide et adapté contre les douleurs, les blessures et la maladie, iv) expression des comportements normaux (contact avec des animaux de la même espèce), v) conditions d'élevage et traitement évitant la souffrance mentale (peur et détresse).

En juin 2017, Casino a annoncé « une collaboration ambitieuse [avec CIWF, LFDA et OABA⁴³] dont l'un des principaux objectifs est de développer un projet d'étiquetage sur le bien-être animal »⁴⁴. La première étape consistera à tester un modèle d'étiquetage dans les magasins de son enseigne, pour proposer ensuite une solution fiable au niveau national d'harmonisation des étiquetages⁴⁵.

Le partenariat avec des associations de protection animale reconnues permet d'apporter à la fois une caution à la démarche et un appui technique. Le contrôle par un organisme certificateur agréé garantit le sérieux de la démarche. Bien que favorables à une harmonisation des démarches, les associations accueillent positivement cette effervescence qui permet d'initier le mouvement vers un étiquetage des produits et de sensibiliser le consommateur. Elles voient ces démarches « *d'étiquetage positif* » comme une étape vers un « *étiquetage du mode d'élevage* ». L'étiquetage positif consiste à distinguer les produits provenant d'élevages avec des mesures de bien-être animal spécifiques. Mais, pour les associations de protection animale, il présente deux limites : son manque d'exigence (un peu de surface en plus ou un peu de paille par exemple) et son effet de « diversion » (par rapport à l'élevage conventionnel, largement majoritaire). Au contraire, l'étiquetage selon le mode d'élevage permet au consommateur de devenir un véritable acteur de l'évolution des modes d'élevage, en privilégiant ou en renonçant à certains produits. « *C'est clairement ce qu'il se fait sur les œufs : on ne dit pas ce qui est bien ou ce qui est mauvais, on dit seulement "c'est un élevage en cage"* » (ONG).

5. Tendances récentes : des cahiers des charges associant producteurs et consommateurs

Hormis ces trois catégories (rassurance, progrès, rupture) qui constituent un continuum croissant de contraintes sur le mode de production, d'autres démarches se distinguent par le caractère innovant de la construction des cahiers des charges qui associent les producteurs ou les consommateurs. Elles sont souvent associées à une commercialisation en circuit court et à une contractualisation du prix. Par exemple, le label Porcilin, créé en 2008 par une vingtaine d'éleveurs porcins du Nord-Pas-de-Calais, vise trois objectifs : sécuriser la rémunération des éleveurs par un contrat tripartite (éleveurs/industriel Bigard et transformateurs/distributeur Auchan), indexant le prix d'achat des porcs sur leur coût de production ; améliorer la qualité gustative et sanitaire du produit (Omega 3 et 6) ; limiter les impacts environnementaux (circuit court régional). Il est apposé sur la viande fraîche et la charcuterie (jambon, pâté) issues de porcs (environ 30 000 par an) élevés et nourris aux céréales cultivées par l'éleveur et complétées par de la graine de lin. Pour la viande bovine, les modes de production diffèrent peu entre standard et Label rouge (la durée de maturation est plus longue en LR) et son prix déjà élevé limite les possibilités de segmentation et de plus-values. La baisse de la consommation depuis les années 1990 a cependant conduit à la création de démarches de différenciation par la race. Lancée en 2016 par la Fédération

43. CIWF : Compassion In World Farming France ; LFDA : La fondation droit animal ; OABA : Œuvre d'Assistance aux Bêtes d'Abattoirs.

44. Le groupe Casino s'engage en faveur du bien-être animal aux côtés de trois organisations reconnues de la protection animale, information de presse, Casino, 1^{er} juin 2017.

45. Nous n'avons pas plus de détails concernant cette démarche de certification.

nationale bovine (FNB), la charte « *Cœur de gamme* » vise à « réorganiser l'offre et surtout redonner de la valeur aux éleveurs » (Agri 72, 2016), avec une nouvelle fixation du prix payé à l'éleveur qui tient compte des coûts de production. Il s'agit aussi d'améliorer la régularité de la qualité et de mettre en avant le troupeau allaitant pour se différencier de l'entrée de gamme (vaches laitières de réforme) et du premium (bio, LR, circuits courts) (figure 6). En plus de choisir des races à viande, les éleveurs, dans cette démarche, s'engagent à respecter la Charte des bonnes pratiques d'élevage (cf. 0) et un cahier des charges précis sur l'âge des animaux, les poids de carcasse, l'état d'engraissement, etc. Les principales enseignes de distribution se sont engagées dans la démarche : Système U, Carrefour, Auchan, Leclerc, Intermarché et Lidl.

Figure 6 - Étiquetage des démarches « Cœur de gamme »



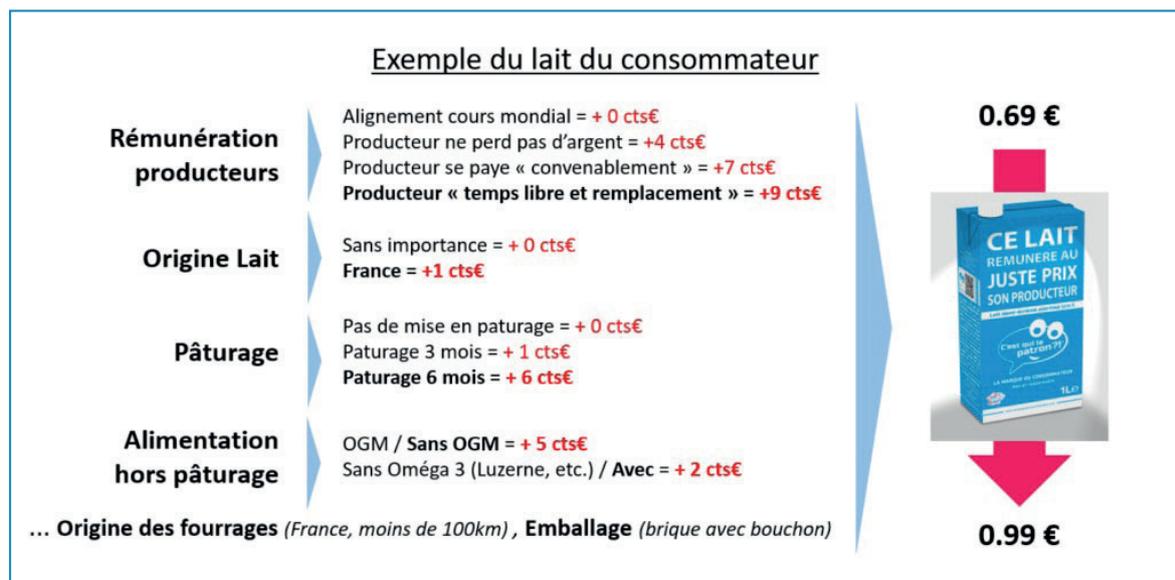
Source : http://www.fdsea21.fr/fr/coeur-de-gamme_450.html

En lait de vache, on peut citer les marques « En direct des éleveurs » et « C'est qui le patron ? ! » lancées en 2016. Créée par la société « de Nous à Vous » (neuf exploitations laitières de Loire-Atlantique, Charente et Haute-Vienne), la marque « En direct des éleveurs » a souhaité instaurer « un nouveau modèle économique » avec un lait de vaches nourries sans huile de palme, vendu en circuit court sans intermédiaire et conditionné dans sa propre laiterie. Les trois objectifs affichés sont la transparence (le consommateur peut scanner le QR code situé sur les briques de lait pour découvrir les éleveurs qui ont produit le lait), l'économie locale (rémunérer les producteurs et maintenir l'emploi dans les campagnes) et la qualité (lait labellisé « Bleu Blanc Cœur »⁴⁶, vaches nourries avec de l'herbe, des graines de lin, de la luzerne, sans huile de palme). Les volumes prévus étaient de 10 millions de litres au départ et 22 millions à terme, transformés en lait, beurre et crème fraîche, et déclinés en une gamme bio et une gamme haute qualité (lait BBC, sans OGM, sans huile de palme). Les produits sont commercialisés auprès des collectivités (cantines et hôpitaux) et de la grande distribution (Super U et Leclerc, 300 magasins dans le grand ouest de la France). Quant à la démarche « *C'est qui le patron ? !* », créée par Nicolas Chabannes, son originalité est de faire arbitrer les consommateurs, en les associant à la définition des cahiers des charges, entre leurs attentes et le prix qu'ils consentent à payer, avec l'objectif d'assurer une juste rémunération au producteur. Lors de la première consultation par internet, 7 850 personnes ont rempli en ligne un questionnaire pour définir le cahier des charges d'une brique de lait UHT. Ce cahier ainsi défini impose un prix d'achat du lait (390 € les 1 000 litres)

46. Créée en 2000, l'association Bleu Blanc Cœur (BBC) est la première démarche d'intérêt nutritionnel et environnemental reconnue par les ministères de la Santé et de l'Agriculture. Elle a pour ambition d'« organiser et de promouvoir les filières de production agricole qui intègrent des préoccupations nutritionnelles pour le consommateur ». Outre ces préoccupations nutritionnelles (présence d'oméga 3 dans l'alimentation des animaux), le cahier des charges BBC encourage la diversification des cultures (lin, luzerne, lupin), ce qui contribue à la biodiversité et à la réduction des gaz à effet de serre. En 2011, les Nations unies ont reconnu la démarche Bleu Blanc Cœur comme une méthode officielle pour la lutte contre les gaz à effet de serre.

permettant au producteur de se faire remplacer et de profiter de temps libre, l'origine (France), trois à six mois de pâturage dans l'année, une alimentation garantie sans OGM et favorisant les Oméga-3 dans le lait, avec des fourrages locaux (moins de 100 km du lieu d'élevage) (figure 7). La marque valorise des pratiques existantes, appréciées des consommateurs. Les 26 millions de litres de lait ainsi valorisés sont produits par 51 éleveurs de la coopérative Bresse Val-de-Saône et conditionnés par la Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel. Ce volume devrait doubler en 2018. Après le lait, des cahiers des charges sont en cours d'élaboration pour le steak haché, les saucisses et le beurre bio, et en projet pour la crème fraîche, les œufs, le beurre, le jambon, les yaourts et le fromage blanc.

Figure 7 - Exemple de fixation d'un cahier des charges pour le lait « *C'est qui le patron ? !* »



Source : capture d'écran <https://lamarqueduconsommateur.com/comment-ca-marche/>

Conclusion

Au-delà des signes officiels de qualité, anciens et relativement développés en France par rapport aux pays du nord de l'Europe, le recensement opéré par cet article (voir figure 8), pourtant non exhaustif, met en lumière la multiplication depuis quelques années des démarches privées d'étiquetage positif des produits animaux. Elles cherchent à répondre aux préoccupations des consommateurs, pour leur santé ou le bien-être animal en particulier. Pour les distributeurs, le bien-être animal devient un argument marketing (« un marché à prendre ») et commercial pour se démarquer de la concurrence. La plupart des grandes entreprises intègrent aujourd'hui une « stratégie bien-être animal » dans leur rapport de développement durable ou de RSE. Sur cette base, elles mettent en œuvre un plan de progrès, multidimensionnel en général (environnement, sanitaire, bien-être, etc.). Certaines décident ensuite de communiquer sur leur démarche auprès du consommateur par un étiquetage. Les cahiers des charges sont rarement accessibles, souvent peu précis et difficilement compréhensibles pour un public non averti, ce qui peut brouiller leur message. Les démarches les plus nombreuses, de rassurance ou de progrès, proposent une évolution des conditions d'élevage, par petits pas mais sur le plus grand nombre d'animaux et d'élevages possible, tandis que les démarches de rupture, peu nombreuses, visent à proposer une vraie alternative aux standards de production (grand pas sur de petits volumes). La rupture peut être nette, avec un seul cahier des charges très exigeant, par exemple biologique ou fermier. Elle peut aussi être progressive, avec deux ou trois cahiers des charges aux contraintes croissantes, comme il en existe dans le nord de l'Europe.

Figure 8 - Quatre grandes catégories de démarches

	Démarches de rassurance	Démarches de progrès	Démarches de rupture	Autres
Objectif	Rassurer les autres maillons (B to B) ou les consommateurs (B to C) Réglementation, origine, qualité... Mise en avant des bonnes pratiques existantes	Faire progresser tous les éleveurs (standard amélioré) ou seulement <i>certain</i> (segmentation) Multidimension : santé, bien-être, environnement, etc. Petits pas sur de grands volumes	Proposer une alternative au système d'élevage conventionnel CDC fixant des exigences > à la réglementation Rupture nette (bio, fermier..) ou progressive (plusieurs niveaux)	Co-construire les CDC avec les consommateurs Revenu des producteurs Environnement (circuits courts) Goût et santé etc.
Collectives Interprofessionnelles	Viandes de France Œufs de France Socle de base - rassurer	Chartes de bonnes pratiques	SIQO	
Individuelles Privées		Par l'amont (coopératives) ou l'aval (transformateurs, distributeurs) Différencier et segmenter	Biocoherence, Le porc authentique élevé sur paille, etc.	C'est qui le patron ? Les éleveurs vous disent Merci ! En direct des éleveurs, etc.

Source : auteurs

Les entretiens réalisés pour cet état des lieux soulignent trois conséquences du foisonnement de ces démarches privées : le risque de *welfare washing* (terme inspiré du *greenwashing*), la difficulté des éleveurs à mettre en application les changements demandés, et le rôle croissant des associations de protection animale dans leur construction. Le *welfare washing* est décrit comme le fait de tromper le consommateur par des démarches affichant l'ambition d'améliorer le bien-être animal, mais manquant d'exigence voire d'honnêteté. Or, contrairement aux démarches sans OGM, pour lesquelles l'apposition de la mention est réglementée, les logos concernant le bien-être animal ne sont pas encadrés par une réglementation, ce qui ouvre la porte à certaines approximations et dérives. Les Français ne semblent pas dupes : 89% d'entre eux pensent que les marques saisissent l'occasion du discours vert pour améliorer leur image (Mediaprism, 2013). Dans ce contexte, les associations de protection animale reconnues (OABA, WELFARM, CIWF, LFDA, etc.) sont de plus en plus sollicitées pour la mise en œuvre de démarches de certification ou de concertation. La concertation et la co-construction, avec consultation citoyenne, très répandues dans le nord de l'Europe, se développent aussi en France. Par exemple, dans le cadre de L'Étable Citoyenne, Les 2 Vaches a invité en 2017 tous les acteurs de la chaîne, du producteur au consommateur, à participer à cinq journées de rencontres citoyennes (Caen, Paris, Bordeaux, Lyon, Marseille), pour définir ensemble les bonnes pratiques du modèle agroalimentaire de demain. Lancé en 2016, le Laboratoire d'Innovation Territoriale (LIT) Ouest Territoires d'Élevage, veut « co-construire des filières animales et des marchés de produits animaux valorisant l'exemplarité en matière de conditions d'élevage. Il vise à créer de la valeur au sein des filières [...] par la différenciation accrue de leurs produits auprès des consommateurs (étiquetage et labellisation) et à fédérer tous les acteurs relevant du triptyque éleveurs-consommateurs-citoyens autour de cette ambition commune »⁴⁷.

En définitive, les démarches privées de segmentation créent une compétition sur le marché des produits animaux « bons à penser ». La question posée aujourd'hui est de savoir s'il faut, en France, apporter une réponse collective et créer, à l'instar des pays nord-européens, un ou des labels « bien-être animal ». Ils pourraient reposer sur un indicateur de résultats, à l'instar de l'étiquetage environnemental, et/ou sur des obligations de moyens (accès à l'air libre, surface minimale par animal, etc.). L'approche en termes de moyens est probablement plus compréhensible pour un public non averti et elle répond directement à ses demandes (plein air, espace, etc.). Mais une nouvelle segmentation de marché fait courir le risque de perdre en lisibilité, en particulier dans les filières déjà très segmentées comme la volaille. Une autre option est d'accompagner l'évolution de l'ensemble de la production standard vers un « standard amélioré » par les chartes professionnelles de bonnes pratiques, d'une part, et d'ajouter des critères de bien-être animal dans les cahiers des charges Bio et Label Rouge d'autre part. C'est ce que proposent certains plans de filière. À l'instar de la mention valorisante « issus d'une exploitation de haute valeur environnementale », pourrait aussi être créée une mention « issus d'une exploitation à critères élevés de bien-être animal ». Au-delà, une initiative collective de progrès, sur des points à définir par filière, pourra avoir plus d'impact, en communiquant sur un cahier des charges unique consultable par tous. Elle donnera aussi plus de poids pour négocier le financement des changements proposés.

47. <https://www6.inra.fr/lit-ouest-territoires-elevage/Le-LIT-Ouest-Territoires-d-Elevage>.

Annexe - Différences de modes d'élevage selon les SIQO

	Standard	Plein air	Label Rouge (LR)	Bio
Poules pondeuses	Cages superposées, 13 poules / m ²	Pas de taille maximum	6 000 poules maximum/bât	3 000 poules maxi/bât
	Pas de taille maximum (jusqu'à 80 000 poules/bâtiment)	9 m ² /poule Journée dehors (4 m ² /p)	9 m ² /poule Journée dehors (5 m ² /p), alim ≥ 50 % céréales, antibio réduit	6 m ² /poule Journée dehors avec parcours (4 m ² /p) (1,2 ha), alim bio à 95% antibio réduit
Épointage du bec autorisé				
	Standard	Fermier LR		Fermier Bio
Poulet	Pas d'accès extérieur 17 à 22 p/m ² Pas de taille maxi (jusqu'à 40 000 m ²) 35 à 40 j à l'abattage	Éclairage naturel, parcours extérieur, souches à croissance lente, faible densité		
		Bâtiment : 11 poulet/ m ² , jusqu'à 4 400 m ² Si plein air : > 2 m ² par poulet dehors Si en liberté : > 4 m ² par poulet ≥ 75 % de céréales, races rustiques, croissance lente, 81 j à l'abattage Transport abattoir : 150 km ou 3 h maxi		10 poulets/m ² , jusqu'à 4 800 m ² Journée en parcours extérieur (4 m ² /poulet) Alim bio, 1 seul trt antibio poss, race rustique, croissance lente, 81 j à l'abattage
	Standard	LR ou LR « fermier »	Fermier « élevé en plein air » ou « élevé en liberté »	Bio
Porc	Hors sol, sur caillebotis 0,65 m²/porc < 110 kg 1 m ² /porc > 110 kg	Abattage après 182 jours d'âge LR : hors sol, sur caillebotis, ≥ 0,80 m ² pour les porcs de 17 à 21 semaines ≥ 1 m ² pour les porcs au delà de 21 semaines ≥ 1,20 m ² pour les porcs de poids vif > 110 kg LR F : sur litière de paille, 2,6 m ² par porc dont : Bâtiment : ≥ 0,60 m ² pour les porcs de 17 semaines jusqu'à l'abattage Parcours (à partir de 17 semaines) : ≥ 2 m ² /animal pour les aires bétonnées ou ≥ 50 m ² /animal sur sol nu	Abattage après 182 jours d'âge PA : accès plein air à partir de 17 semaines, 83 m ² /porc en extérieur LIB : parcours avec 250 m ² /porc Caudectomie interdite Transport : 200 km ou 6 heures maxi Abattage : durée maxi d'attente, de mise à jeun...	Abattage après 182 jours d'âge Race autochtone de préférence Aération et éclairage naturels, ≥ 75 % du sol plein, litière de paille ou matériaux naturels 1,3 m²/porc < 110 kg, 2,5 m ² /truie, 6 m ² /verrat Accès extérieur : parcours libre <u>ou</u> aire d'exercice paillée (1 m ² /porc < 110 kg) Caudectomie autorisée Engraissement en intérieur possible si durée inférieure à 1/5 de la vie de l'animal ou 3 mois 1 seul trt antibio possible Alim bio, produite sur l'exploitation à 50 % au moins
		Standard		Label Rouge
Bœuf	En stabulation, pâturage ou non	Race à viande Normes de logement (surface par animal, litière de paille obligatoire...) 0,30 ha de prairie par UGB ⁴⁸ , 2 UGB maxi par ha de SFP ⁴⁹ (1,4 UGB maxi en LR fermier) 5 à 7 mois de pâturage min par an Durée transport limité à 8 ou 14 heures		Race autochtone de préférence (césarienne à éviter) Normes de logement (aération et éclairage naturels, > = 75 % du sol plein, litière de paille) Accès aux pâturages, à une aire d'exercice en plein air ou à un parcours extérieur pouvant être partiellement couverts Engraissement en intérieur possible si durée inférieure à 1/5 de la vie de l'animal ou 3 mois Complément alim bio Alim produite à 60 % sur l'exploitation, 2 ax maxi/ha, trt antibio interdit
		Pas de Directive européenne fixant des standards minimaux pour la protection des vaches laitières		Accès au pâturage durant la période de pousse de l'herbe Au moins 60 % (en matière sèche) de la ration en fourrages (frais, séché, ou ensilage). 6 m ² mini / animal à l'intérieur, 4,5 m ² mini/animal à l'extérieur, avec au maximum 2 vaches/ha. Cases individuelles interdite pour les veaux dès la deuxième semaine

Source : Règlement (CE) N° 889/2008 de la Commission

48. 1 UGB = 1 taureau ou vache ou autre bovin de plus de 2 ans.

49. SFP : ensemble des surfaces consacrées à l'alimentation des gros bovins « label rouge » de l'exploitation.

Références bibliographiques

- Agri 72, 2016, « Cœur de gamme, comment ça marche ? », vendredi 28 octobre, page 6.
http://www.agri72.fr/bibliotheque_pdf/Actualite/octobre/20161110_coeur_de_gamme.pdf
- Delanoue E., Roguet C., 2015, « Acceptabilité sociale de l'élevage : recensement et analyse des principales controverses à partir des regards croisés de différents acteurs », *INRA Prod. Anim.*, 28(1), 39-50.
<https://www6.inra.fr/productions-animales/2015-Volume-28/Numero-1-pp.-3-88/Acceptabilite-sociale-de-l-elevage-en-France>
- Delanoue E., Dockès A.-C., Chouteau A., Philibert A., Magdelaine P., Roguet C., 2017, *Points de vue et attentes des consommateurs et citoyens vis-à-vis de l'élevage. Une étude quantitative auprès de 2 000 personnes en France*, Journée Rech. Porcine, 49, 295-300.
- Dockès A.-C., Delanoue E., Chouteau A., Philibert A., Magdelaine P., Roguet C., 2017, *Points de vue et attentes des consommateurs et citoyens vis-à-vis de l'élevage. Une étude quantitative auprès de 2 000 personnes en France*, Actes des douzièmes journées de la recherche avicole et palmipèdes à foie gras, Tours, 5 et 6 avril, 225-229.
- Dutertre C., 2001, « La label rouge en production porcine : état des lieux et perspectives », *Techniporc*, vol. 24, n° 3, 13-18.
- Grannec M. L., Dezat E., Fiant A., Le Chénadec H., Boudes P., Van Tilbeurgh V., Delanoue E., Neumeister D., Christophe S., 2017, *Perception sociale des élevages avicoles par différents acteurs des territoires en Bretagne, Auvergne et Centre Val de Loire : comparaison avec d'autres filières*, actes des douzièmes journées de la recherche avicole et palmipèdes à foie gras, Tours, 5 et 6 avril, 5 pages.
- IFIP, 2013, « Les productions différenciées », dans *Mémento de l'éleveur de porc*, Paris, Ed. IFIP, pp. 295-306.
- IPSOS, 2014, *Les Français et le consommer local. Une enquête IPSOS pour Bienvenue à la ferme*, février, diaporama de présentation des résultats.
[file:///C:/Users/roquet/Downloads/Ipsos_Francais_ConsommerLocal_fevrier_2014_%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/roquet/Downloads/Ipsos_Francais_ConsommerLocal_fevrier_2014_%20(1).pdf)
- Le Velly R., 2017, *Sociologie des systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence*, Paris, Presses des Mines, 171 pages.
- Mediaprism, 2013, *Les Français et les produits naturels : opinions, comportements et attitudes*. Les Focus de Médiaprim, 12, juillet, 4 pages.
http://www.mediaprismgroup.fr/publications/les_focus_de_mediaprism/Focus12.pdf
- Roguet C., Rieu M., 2014, « La filière porcine allemande face aux demandes de société : des labels privés à l'initiative collective », *Les Cahiers de l'IFIP*, 1(1), 1-12.

- Roguet C., Neumeister D., Magdelaine P., Dockès A.-C., 2016, « Les débats de société sur l'élevage en Allemagne, au Danemark et aux Pays-Bas : analyse, confrontation avec le sud de l'UE et enseignements », *Notes et études socio-économiques*, n° 40, 65-91.
- Roguet C., Neumeister D., Magdelaine P., Dockès A.-C., 2017, « Les débats de société sur l'élevage dans cinq pays européens », *Viandes & Produits Carnés*, octobre 2017, 1-6.
- Sans P., 2003, « La qualité différenciée de la viande bovine. La nécessaire stratégie d'innovation », *Biotechnol. Agron. Soc. Environ*, 7(3-4), pp. 151-160.
- Sylvander B., 2003, « Les stratégies de qualification des firmes agroalimentaires et la désintensification », *Dossier de l'environnement de l'INRA*, n° 24, 133-143.
<https://www7.inra.fr/dpenv/pdf/sylvad24.pdf>
- Tavoularis G., Recours F., Hebel, P., 2007, « Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire », Crédoc, *Cahier de recherche* n° 236, novembre, 114 pages.
<http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C236.pdf>
- Van Tilbeurgh V., 2017, *Enjeux sociétaux et adaptation des filières aux controverses sur l'élevage*, Actes des douzièmes journées de la recherche avicole et palmipèdes à foie gras, Tours, 5 et 6 avril, 9 pages.

Recommandations aux auteurs

● Format

Les manuscrits sont présentés sous format Word ou Writer en police de taille 12. Ils ne dépassent pas 50 000 signes espaces inclus, y compris tableaux, graphiques, bibliographie et annexes.

Sur la première page du manuscrit doivent figurer :

- le titre de l'article ;
- le(s) nom(s) de(s) auteur(s) et leur(s) institution(s) ;
- le résumé de l'article (800 signes espaces compris) en français et en anglais ;
- trois à six mots-clés en français et en anglais.

Toutes les sources des chiffres cités doivent être précisées. Les sigles doivent être explicités. Lorsque l'article s'appuie sur une enquête, des traitements de données, etc., un encadré présentant la méthodologie est souhaité. Pour une meilleure lisibilité, les notes de bas de page doivent être limitées en nombre et en longueur.

Les références bibliographiques sont présentées ainsi :

- a** - Dans le texte ou les notes, chaque référence citée est constituée du nom de l'auteur et de l'année de publication entre parenthèses, renvoyant à la bibliographie en fin d'article. Par exemple : (Griffon, 2004).
- b** - À la fin de l'article, les références sont classées par ordre alphabétique d'auteurs et présentées selon les normes suivantes :
 - pour un ouvrage : nom de l'auteur, initiale du prénom, année, *Titre d'ouvrage*, ville, maison d'édition ;
 - pour un article : nom de l'auteur, initiale du prénom, année, « Titre d'article », *Revue*, n° de parution, mois, pages.

Seules les références explicitement citées ou mobilisées dans l'article sont reprises en fin d'article.

● Compléments pour mise en ligne de l'article

Dans la perspective de la publication de l'article sur le site internet du CEP et toujours selon leur convenance, les auteurs sont par ailleurs invités à :

- adresser le lien vers leur(es) page(s) personnelle(s) à caractère « institutionnelle(s) » s'ils en disposent et s'ils souhaitent la(les) communiquer ;
- communiquer une liste de références bibliographiques de leur choix utiles pour, contextualiser, compléter ou approfondir l'article proposé ;
- proposer une liste de lien vers des sites Internet pertinents pour se renseigner sur le sujet traité ;
- proposer, le cas échéant, des annexes complémentaires ou des développements utiles mais non essentiels (précisions méthodologiques, exemples, etc.) rédigés dans la phase de préparation de l'article mais qui n'ont pas vocation à intégrer la version livrée, limitée à 50 000 caractères. Ces compléments, s'ils sont publiables, viendront enrichir la version Internet de l'article.

● Procédure

Tout texte soumis est lu par au moins 3 membres du comité de rédaction. Deux fiches de lecture rédigées par un des membres du comité de rédaction et par un expert extérieur sont transmises aux auteurs. La décision de publication est prise collectivement par le comité de rédaction. Tout refus est argumenté.

Les manuscrits sont à envoyer, en version électronique uniquement, à :

- Bruno Héroult, rédacteur en chef : bruno.herault@agriculture.gouv.fr

● Droits

En contrepartie de la publication, l'auteur cède à la revue *Notes et Études Socio-Économiques*, à titre exclusif, les droits de propriété pour le monde entier, en tous formats et sur tous supports, et notamment pour une diffusion, en l'état, adaptée ou traduite. À la condition qu'il demande l'accord préalable à la revue *Notes et Études Socio-Économiques*, l'auteur peut publier son article dans un livre dont il est l'auteur ou auquel il contribue à la condition de citer la source de première publication, c'est-à-dire la revue *Notes et Études Socio-Économiques*.

Notes et études socio-économiques

Tous les articles de *Notes et Études Socio-Économiques* sont téléchargeables gratuitement sur :
<http://agriculture.gouv.fr/centre-d-etudes-et-de-prospective>

- Rubrique **Publications du CEP > Notes et études socio-économiques**

<http://www.agreste.agriculture.gouv.fr>

- Rubrique **Publications > Notes et études socio-économiques**

Abonnement à l'alerte électronique en envoyant un message à l'adresse :
florent.bidaud@agriculture.gouv.fr avec le sujet « **abonnement** »

Renseignements et diffusion :

Service de la Statistique et de la Prospective
Centre d'Études et de Prospective
3 rue Barbet de Jouy
75349 Paris 07 SP

Vente au numéro : agreste-ventes@agriculture.gouv.fr

Abonnement : tél. 01.49.55.85.72