



Origine
Diversité
Territoires

[Emilia Schmitt]
[Geography of Food, ZHAW, Wädenswil], [Suisse]
Forum Origine, Diversité et Territoires
[Atelier n°3], [Session n°3]



Les labels et marques alimentaires régionaux contribuent-ils à la réalisation des SDG ?

Cette contribution se concentre sur les labels et marques alimentaires disponibles sur le marché suisse qui font des promesses concernant l'origine ou la régionalité et analyse si elles contiennent des promesses de durabilité qui contribueraient à la réalisation des SDG. Dans l'esprit des consommateurs, une origine locale est souvent associée à un sentiment de durabilité et cela est fortement observé dans les enquêtes en Suisse (1). Aujourd'hui, les produits régionaux représentent environ 4 % du marché alimentaire et cette part devrait augmenter plus rapidement que les labels biologiques (2). Cependant, certaines études antérieures ont montré qu'une origine locale ne constitue pas à elle seule un signe de durabilité, car par exemple la distance kilométrique n'est pas corrélée aux émissions de gaz à effet de serre ou différents aspects peuvent être contradictoires (3). Il existe également une énorme hétérogénéité entre les exploitations et les produits à tous les niveaux (4).

En Suisse, le nombre de labels alimentaires pour la régionalité est particulièrement élevé, mais ils peuvent également être regroupés en catégories générales en fonction de leurs caractéristiques. Nous proposons quatre groupes, résumés dans le tableau 1. Ils ne s'excluent pas les uns les autres et de nombreux produits en comptent au moins deux.

Dans une étape suivante, les exigences de ces labels et marques ont été étudiées, en fonction de ce qui est publiquement disponible. Les phrases ou parties de ces exigences qui concernent le domaine de la durabilité ont été collectées séparément pour être analysées. La qualité de l'exigence n'a pas été quantifiée à ce stade, car l'objectif est d'évaluer la couverture des questions.

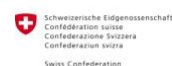
Table 1 : Categorization and evaluation of regional food standards in Switzerland

Type of standards	Mountain and nature parc labels	PDO and PGI	Regional brands	Supermarkets' brands
Ownership	State-owned	Mixed	Private	Private
Number of sub-brands or names	19 parcs and 2 mountain labels	20 PDO and 14 PGI	41 regional brands, all under 1 national label	1 or 2 per supermarket firm, total 8 considered
Typical region size	Parc-size to the whole Alp region	One or more cantons	Half-cantons to several small cantons	Several cantons to a fourth of the country
Governance of requirements	Requirements defined by federal ordinance, plus local additions per parc.	Principles defined by federal ordinance; requirements defined locally by product	Unified requirements at national level (the "regio-garantie" rules ⁱ), some local additions per region	Defined by companies, often copied or inspired on the regio-garantie rules ⁱ .
geographic delimitation in the value chain	raw products 90-100% from parc or mountains (with exceptions), 2/3 of the added value	PDO: all raw product and transformation in region. PGI: both or only one	Regio-garantie rule ⁱ	Variable, tend to the regio-garantie rule ⁱ , sold only in the region.
Quality of certification	Independent certification	Independent certification	Independent certification	Ca. 1/2 independently certified

Organisateurs

Co-organisateurs

Sponsors





Origine
Diversité
Territoires

[Emilia Schmitt]
[Geography of Food, ZHAW, Wädenswil], [Suisse]
Forum Origine, Diversité et Territoires
[Atelier n°3], [Session n°3]



Criteria in favor of SDGs (that are written in the requirements or proven in scientific studies)	Limitation of inputs, Individual goals towards landscape protection and biodiversity projects at parc level	Limitation of inputs, Keeping of local jobs and artisanship, maintenance of mountain pasture, limitation of some inputs (5)	Ban of GMOs	Only one brand invests benefits in local development projects, one other has additional requirement for cereals
Critical aspects towards SDGs	Ecological criteria are locally defined, no overarching national requirements. Prominence of animal and alcoholic products	Prominence of meat products, only four plant-based non-alcoholic products	Many exceptions, also for unsustainable ingredients (sugar, cocoa, etc)	Many exceptions, also for unsustainable ingredients (sugar, cocoa, etc).

Il en résulte que, très généralement, la durabilité est une partie plus anecdotique des exigences des labels. Les critères environnementaux ou sociaux sont plutôt des exceptions qui se produisent de manière aléatoire dans certaines régions. L'exception est que la règle de la "Regio-garantie" interdit les ingrédients OGM, mais sinon il n'y a aucune mention de l'environnement dans les ordonnances ou les directives au niveau national. Cependant, quelques organisations locales de producteurs ou de supermarchés définissent des critères supplémentaires pour des aspects spécifiques, mais jamais pour une approche globale de la durabilité. Par exemple, un supermarché exige un label supplémentaire pour la production intégrée de farine. Certains parcs naturels définissent une participation obligatoire à des projets d'énergie renouvelable ou de protection de la biodiversité et du paysage ou définissent que les fruits doivent provenir de races locales. Les labels de montagne ou AOP définissent que 70 à 85 % du fourrage grossier destiné aux animaux doit être local. Une marque régionale (sur les 41) exige également une norme supplémentaire pour le bien-être des animaux. En ce qui concerne l'aspect social, une marque de supermarché investit des bénéfices pour des projets de développement régional, mais sinon, il n'est pas fait mention d'exigences en matière de conditions de travail, de revenus, etc. L'exigence d'au moins 2/3 de la valeur ajoutée dans les régions pourrait cependant promouvoir les emplois et les infrastructures dans ces régions. Il a également été démontré que les AOP peuvent favoriser le maintien des emplois artisanaux dans les régions rurales(5,6). D'un point de vue alimentaire, il apparaît également que ces marques et labels peuvent soutenir de manière disproportionnée des produits non durables. En effet, les ingrédients qui sont très gourmands en ressources et dont la chaîne de valeur comporte des problèmes de durabilité avérés, comme le café ou le cacao (7), ne sont pas exclus. Le sucre est également un problème pour la santé, mais au lieu de réduire la teneur en sucre des produits, il existe une exception et tout sucre suisse peut être utilisé sans aucune exigence de qualité. Il convient également de noter que 100 % des IGP suisses sont des produits transformés à base de viande. Seuls 4 AOP sont des produits non alcoolisés à base de plantes. Cette minorité est également observable dans les assortiments de certains parcs, parfois dans une moindre mesure, et une tendance similaire est observable pour les marques de supermarchés bien que les produits soient plus présents dans cette catégorie. Dans un contexte de ciblage de la durabilité vers les SDG, il serait intéressant d'envisager des stratégies visant à augmenter les produits végétaux et sains au sein des marques et labels régionaux, en particulier pour les SDG 4 (santé) et 12 (consommation et production durables). Les efforts pour la protection des paysages et de la biodiversité et pour les emplois ruraux (SDG 8 et 15) sont déjà présents mais pourraient bénéficier de stratégies renforcées et d'une meilleure communication vers le consommateur.

Organisateurs

Co-organisateurs

Sponsors





Origine
Diversité
Territoires

[Emilia Schmitt]
[Geography of Food, ZHAW, Wädenswil], [Suisse]
Forum Origine, Diversité et Territoires
[Atelier n°3], [Session n°3]



Références:

1. Warschun M, Glusac S, Rucker M, Günther D. Lebensmittel: Regional ist gefragt als bio. 2013;8.
2. Feige S, Annen R, Hirsbrunner R, Scharfenberger P. Regionalprodukte : Was ist Herkunft wert ? St. Gallen; 2017.
3. Schmitt E, Galli F, Menozzi D, Maye D, Touzard J-M, Marescotti A, et al. Comparing the sustainability of local and global food products in Europe. J Clean Prod [Internet]. 2017;165:346–59. Available from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652617314671>
4. Poore J, Nemecek T. Reducing food' s environmental impacts through producers and consumers. Science (80 -).2018;992(June):987–92.
5. Agridea. Les AOP & IGP suisses : regards sur vingt ans d'expériences. Lausanne; 2017.
6. Maye D, Kirwan J, Schmitt E, Keech D, Barjolle D. PDO as a Mechanism for Reterritorialisation and Agri-Food Governance: A Comparative Analysis of Cheese Products in the UK and Switzerland. Agriculture. 2016;6(4):54.
7. COSA. The COSA Measuring Sustainability Report. Coffee and Cocoa in 12 Countries. 2013;100.
8. Verein Schweizer Regionalprodukte. Regio.Garantie. 2018. Available from:<https://www.schweizerregionalprodukte.ch/de/regio-garantie/>

Organisateurs



Co-organisateurs

