

LA DYNAMIQUE DE QUALIFICATION DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE FAMILIALE AU SUD DU BRÉSIL

Gérard Desplobins¹

Recibido: 18-08-2004

Aceptado: 01-12-2004

RÉSUMÉ

La confrontation aux marchés concurrentiels pose le problème de la compétitivité de l'Agriculture Familiale et de son avenir. La question de la commercialisation des produits reste l'une des préoccupations majeures des producteurs et de leurs représentants. La différenciation par la qualité, tel qu'il se fait en France, se présente alors comme une opportunité.

Un terrain particulièrement favorable apparaît au Santa Catarina où diverses initiatives locales tentent de pallier les processus institutionnels embryonnaires qu'elles ont contribué à impulser. Peu encadrées dans la pratique et ne s'appuyant pas directement sur les exigences légales de la certification, ces démarches restent cependant floues et confinées aux marchés locaux.

Mots clé : Brésil, Agriculture Familiale, Produit Fermier, Certification, Signe de Qualité

ABSTRACT

The confrontation of family agriculture with competitive markets poses the problem of the competitiveness and questions about its future. Product marketing makes up one of the major concerns of producers and their representatives. Differentiation by quality, like the French terrain, is presented as an opportunity. This article attempts to characterize and analyze a situation that takes place in a particularly favoured area, Santa Catalina (Brazil), given that diverse local initiatives try to mitigate the embryonic institutional processes, which they have contributed to pushing forward. These attempts still remain uncertain and confined to local markets given that they are practically not developed and are based on the legal requirement for certification.

Key words: Brazil, family agriculture, typical products, certification, quality signs.

RESUMEN

La confrontación de la agricultura familiar con los mercados genera problemas de competitividad y cuestiona su porvenir. La comercialización de la producción constituye una de las principales preocupaciones de los productores y de sus representantes. La diferenciación mediante la calidad, como sucede sobre el terreno en Francia, se presenta como una oportunidad. Este artículo persigue la caracterización y análisis de la situación que tiene lugar en Santa Catarina (Brasil), particularmente favorable dado que diversas iniciativas locales tienden a sustentar los procesos institucionales embrionarios que ellas han contribuido a impulsar. Estos intentos permanecen todavía inciertos y confinados a los mercados locales, dado que están poco desarrollados prácticamente y no están basados en las exigencias legales de la certificación.

Palabras clave: Brasil, agricultura familiar, productos típicos, certificación, señales de calidad.

¹ Agroéconomiste, Diplômé du Master Européen Natura, option Vulgarisation et Organisation Professionnelle Agricole (CNEARC, France). Chercheur INRA-UMR MOISA (Marchés, Organisations, Institutions et Stratégies d'Acteurs), spécialisé dans l'étude du changement technique et organisationnel. **Adresse:** 2 place Viala, 34060 Montpellier cedex 1 (France). **e-mail :** desplobins@ensam.inra.fr ; desplobins@caramail.com

1. JUSTIFICATION DU THÈME

Cette étude fait partie des travaux engagés dans le cadre du programme de recherche commun INRA-CIRAD-UFSC (Université Fédérale du Santa Catarina au Brésil). Ce programme vise à comprendre et analyser les effets induits par les dispositifs de reconnaissance institutionnels concernant trois types de produits caractéristiques de l'Agriculture Familiale dans l'Etat du Santa Catarina : les produits de l'Agriculture Biologique, de la viticulture et les produits dits «fermiers» comme le poulet «caipira».

Ce projet multi-institutionnel conduit en partenariat, s'inscrit dans la continuité des travaux menés par le groupe INRA-CTESI à Montpellier sur l'effet du changement technique auprès des acteurs du secteur productif agricole, notamment dans les situations de transferts Nord-Sud. Après l'impact du transfert de matériel végétal sur l'adaptation des techniques et des savoirs-faire des producteurs, c'est le transfert.

2. INTRODUCTION

Le rôle des gouvernements brésiliens successifs a été déterminant sur l'orientation agricole en favorisant la modernisation des grosses exploitations par l'accès au crédit pour augmenter leur compétitivité et les exportations. Malgré un Ministère dédié à l'Agriculture Familiale (AF)², la faiblesse des politiques gouvernementales handicape à moyen et long terme son développement. Elle se révèle pourtant plus efficiente que l'Agriculture Patronale (AP), tant au niveau économique que social et environnemental³. Elle constitue donc un enjeu considérable en matière de politique sociale par le rôle qu'elle joue dans le développement local, notamment pour limiter la paupérisation des villes et juguler un exode rural qui s'affirme pour des raisons notamment de revenu, de risques ou de conditions de travail (Silvestro *et al.*, 2001). La population des actifs agricoles a en effet chuté de moitié entre 1970 et 1991 où elle ne représente plus que 22% de la population totale (Girardi, 1996).

2 Le Brésil compte deux Ministères de l'Agriculture, l'un voué à l'Agriculture Industrielle, le MAPA (Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de l'Approvisionnement), l'autre à l'Agriculture Familiale (Ministère du Développement Agricole (MDA) avec son Secrétariat à l'Agriculture Familiale (SAF) créé en 2000.

3 Avec 58 millions d'hectares contre 150 pour l'Agriculture Patronale, l'AF fournit 70% de la production alimentaire et elle est source d'emplois et de revenus dans une proportion 7 fois supérieure à l'AP (Girardi E., 1996). Selon le dernier recensement en 95, sur les 4.859.864 exploitations brésiliennes, 4.139.369 sont de type familial soit 85,2% du total. Avec 26 hectares en moyenne, elles occupent seulement 30,5% de la surface et sont responsables de 37,9% de la valeur brute de la production. Sur plus de 17 millions de personnes occupées par l'agriculture, près de 14 soit environ 77%, le sont dans l'AF (Bittencourt et Di Sabato, 2000).

La crise de l'AF liée à l'internationalisation des marchés, a contraint le Brésil à revoir sa politique de développement agricole. Ignorée des pouvoirs publics, de la recherche, des médias et d'une partie de l'opinion publique, l'AF connaît depuis peu un regain d'intérêt avec la médiatisation des «Sans Terre» et l'avènement en 1995 du Pronaf⁴. Afin d'assurer sa pérennité, l'AF doit relever de nombreux défis au centre desquels se pose la question du foncier et de l'amélioration du revenu des exploitants.

Les Etats du Sud (Parana, Santa Catarina et Rio Grande do Sul), particulièrement sensibilisés par le rôle joué par cette agriculture au plan économique et social, développent par le biais d'ONGs, de syndicats ou associations, des alternatives de valorisation micro-industrielle. La transformation artisanale des produits animaux et végétaux faisant partie intégrante de la culture agricole familiale, ces unités collectives localisées permettent d'adapter ces produits aux exigences des marchés, tout en leur conférant une identité. Elles s'avèrent un outil essentiel des processus de qualification (Biehl, 2001) et une source d'agrégation de valeur permettant de valoriser la main d'œuvre et viabiliser les exploitations (De Oliveira, 1994), contribuant ainsi au maintien de la population rurale et à la lutte contre la montée des problèmes sociaux dans les villes liée à l'exode rural (Biehl, 2001). Leur développement reste cependant lié au niveau d'encadrement institutionnel local, compte tenu du faible degré d'organisation des acteurs sociaux ruraux qui semble marquer l'histoire agricole brésilienne (ICEPA, 2002).

La question de la commercialisation des produits reste l'une des préoccupations majeures des producteurs et de leurs représentants. Comment pénétrer un marché ouvert et s'y maintenir face à la concurrence des grandes exploitations et des produits importés ? La différenciation par la qualité⁵, à l'instar du terrain français, se présente alors comme une opportunité pour l'Agriculture Familiale. D'abord voués à l'auto-approvisionnement des familles rurales et de leur communauté, ses produits cherchent aujourd'hui à se qualifier pour s'imposer sur les marchés locaux et percer sur les marchés urbains distants.

Cet article s'appuie sur l'analyse de textes et de documents originaux, renforcée par des enquêtes de terrain

4 PROgrama Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Programme de Renforcement de l'AF).

5 En référence à la conception de L. Lagrange selon laquelle « la différenciation par la qualité consiste à mettre à la disposition des distributeurs et des consommateurs un produit perçu comme différent des autres. Elle permet aux entreprises de bénéficier d'un avantage concurrentiel qui introduit une situation de monopole ou plus fréquemment une situation de concurrence monopolistique. La qualité est un des moyens pour l'entreprise pour se démarquer de ses concurrents au même titre que l'innovation, le prix, la gamme ou le conditionnement par exemple (Lagrange L., 1995).

menées en 2003 dans le Sud Brésilien dans le cadre du programme de recherche Inra-Cirad-UFSC sur l'étude de la « Transférabilité des modèles de certification dans l'agriculture familiale brésilienne ». Les recherches en cours conduisent en effet à un véritable débat qui impute à la certification institutionnelle des r les contradictoires. Alors même qu'elle est censée protéger les producteurs en leur garantissant des marchés spécifiques, elle n'en serait pas moins responsable d'exclure ceux qui ne peuvent s'adapter aux contraintes dictées par ses normes. Il apparaît alors important d'analyser comment ces modes de reconnaissance se succèdent ou se superposent et même comment ils peuvent s'exclure.

L'article tend à reconstruire l'histoire des dispositifs institutionnels mis en place pour identifier des produits spécifiques au Sud Brésil et notamment dans l'Etat de Santa Catarina. A partir de l'environnement productif dans lequel ces produits ont évolué, il s'attache à appréhender l'impact des divers modes de reconnaissance sur les façons de produire, transformer et commercialiser des produits identifiés. Il montre notamment que la construction de systèmes de reconnaissance des produits agroalimentaires à partir de modèles institutionnels transférés du Nord pour garantir la qualité, la sécurité et l'authenticité des produits auprès des intermédiaires et des consommateurs, n'exclue pas des dispositifs plus ou moins formalisés issus de la sphère militante, syndicale ou idéologique.

3. ENJEUX ET POLITIQUES PUBLIQUES

Suivant les préceptes néo-libéraux, l'agriculture brésilienne qui s'ouvre aux marchés externes au début des années 90 avec notamment l'insertion au MERCOSUL, subit une baisse significative des aides à l'agriculture et des prix agricoles. Ce processus s'accompagne de la création d'un large complexe industriel et le développement de grandes exploitations agricoles déjà consolidées. Cette confrontation aux marchés concurrentiels pose alors la question de la compétitivité de l'AF et de son avenir. Plusieurs millions d'exploitants familiaux et leurs familles ont en effet déserté les campagnes pour s'agglutiner dans les quartiers pauvres des villes. La faiblesse du revenu liée à la difficulté d'insérer leur production sur le marché ainsi que la faiblesse des infrastructures rurales face à des villes mieux équipées, motivent ces départs.

Selon le Pronaf en 1998, près de 40% des exploitations familiales n'étaient pas structurellement adaptées à l'économie de marché. L'idée dominante au Brésil –  galement répandue dans la plupart des pays d'Amérique Latine – consistait à considérer qu'elles étaient condamnées à disparaître, devant faire l'objet d'un traitement social et non pas émerger aux aides à l'insertion au marché. Le Pronaf va alors à l'encontre de cette théorie qui voudrait

 galement que les petites localités rurales soient condamnées à la désertification sociale, économique et culturelle. Il considère au contraire que les régions rurales possèdent deux attributs fondamentaux. D'une part, leur Agriculture Familiale représente un potentiel économique avec son offre en produits alimentaires et sa capacité de se lier à un marché diversifié et dynamique. D'autre part, elle peut influencer l'organisation de la vie économique, sociale, politique et culturelle locale en s'associant aux institutions correspondantes, gouvernementales ou non.

Entre autres facteurs, l'avenir de l'Agriculture Familiale reste étroitement lié à la génération de revenu et donc à son insertion de manière compétitive et durable dans une économie de marché. Celle-ci impose de fortes contraintes en matière de concurrence, d'économies d'échelle, de qualité des produits. L'importance du marketing sur les produits s'accroît, notamment par le biais de la grande distribution qui, dans le cas du Santa Catarina, contrôle plus de 60% du volume des produits alimentaires consommés (source Association CATarinense de Supermarchés : ACATS). Dans ce contexte, l'insertion de l'Agriculture Familiale au marché des produits génériques est difficile du fait de son manque de compétitive sur les coûts liée notamment à son incapacité à réaliser des économies d'échelle.

Des perspectives de développement apparaissent cependant avec la segmentation des marchés alimentaires. Occuper les niches de produits spécifiques répondant à l'attente de qualit ⁶ d'un nombre grandissant de consommateurs et intermédiaires, apparaît en effet comme une opportunité pour sortir les producteurs de l'univers des produits génériques et de la pression sur les prix qui en découle. Mais pour différencier ses produits, l'Agriculture Familiale doit surmonter des difficultés à s'adapter aux nouveaux standards de qualité émanant notamment de la grande distribution (Adant et Altafin, 1991).

⁶ Le concept de qualité fait référence d'une part à la qualité intrinsèque et donc exogène objectiv e par un processus externe et d'autre part à une qualité extrinsèque et endogène résultant de l'activité des acteurs. Alors que la première est inscrite dans le bien et définissable sans ambiguïté à partir de moyens externes, l'autre renvoie à des sentiments ou des images fondés sur des composantes historiques, environnementales ou culturelles véhiculées par le produit. La qualité est donc construite dans une large mesure, notamment par des actions de marketing. En Europe, la prise en compte de ces deux dimensions dans une conception de la qualité qui a évolué du simple attribut d'un produit à une mise en relation avec ses acteurs, fonde la construction de territoire. Elle est ainsi définie aujourd'hui par l'AFNOR (Agence Française de Normalisation) comme étant « l'ensemble des propriétés et caractéristiques d'un produit ou d'un service qui lui confère l'aptitude à satisfaire les besoins exprimés ou implicites ». Elle suppose une évaluation subjective par le marché qui va fluctuer en fonction de l'évolution de l'offre concurrente et du comportement des consommateurs.

Les grandes lignes de la politique d'appui à l'Agriculture Familiale ont pour origine le pouvoir fédéral avec le Ministère du Développement Agraire créé en 2000 et qui gère désormais le Pronaf, première politique publique différenciée destinée à l'AF. Son action globale allant de l'appui au crédit à la formation, inclue la différenciation par la qualité comme option de commercialisation « *les agriculteurs qui étaient jusque là de simples professionnels de la production, doivent maintenant devenir aussi des professionnels de la commercialisation* », soutenue par la Conédération Nationale des Travailleurs de l'Agriculture (source CONTAG, 2001). Dans cet objectif de fortification de l'Agriculture Familiale brésilienne pour affronter une économie concurrentielle, le modèle européen et surtout français de qualification des produits, représente une référence pour les pouvoirs publics et les organisations professionnelles agricoles.

Le Pronaf prône la décentralisation au profit des acteurs locaux, notamment par le Fonds de Développement Rural (FDR) alloué au Secrétariat au Développement Rural et à l'Agriculture des Etats. En leur permettant ainsi de définir leurs orientations et leurs priorités budgétaires, ceux-ci deviennent un niveau décisionnel et opérationnel de première importance. Dans ce cadre là, les municipes qui assurent théoriquement une politique agricole locale, jouent un rôle central en gérant un Fonds Municipal de Développement Rural au sein d'un Conseil Municipal de Développement Rural. La prise en compte de l'agriculture reste cependant très inégale selon les municipes, certains ne prévoyant aucune ligne budgétaire ni action alors que d'autres ont des politiques volontaristes. Alors qu'il semble désormais admis que l'avenir de l'Agriculture Familiale ne peut être assuré par les seules règles du marché et que son maintien passe par des actions publiques d'envergure au niveau national et local, la question de l'articulation entre ces deux niveaux reste cependant posée.

4. UN ENVIRONNEMENT PROPICE À LA QUALIFICATION AU SANTA CATARINA

Un terrain particulièrement favorable à la différenciation des produits de l'AF apparaît au Santa Catarina. D'une part une production diversifiée relativement maîtrisée au plan technique possède des attributs spécifiques potentiellement valorisables. D'autre part, la densité des institutions représente un facteur favorable à l'accompagnement des processus de qualification. Mais surtout, la segmentation du marché y est relativement avancée, notamment du fait de nombreux centres urbains en développement et d'un pouvoir d'achat réputé parmi les plus élevés du pays. Bien qu'aucune étude de marché n'ait encore évalué ce phénomène, il constitue le moteur principal des processus de qualification qui trouvent leur

fondement dans la diversification des besoins.

Même si le gouvernement local ne propose pas de politique d'ensemble pour l'Agriculture Familiale, un tissu relativement dense d'institutions (Université, ONG, mouvements sociaux ou syndicaux, instituts publics) travaille à la recherche d'un nouveau modèle de développement rural. Même si tout semble à définir ou réinventer, le grand débat sur le « Rural » et la place de l'AF dans la société est ouvert. Se référant souvent aux orientations agricoles françaises, il privilégie les thèmes de la création de valeur ajoutée par la transformation, de la commercialisation et de la qualité des produits.

Ce discours se retrouve aussi bien dans les communications des plus hautes instances agricoles que dans celles des représentants professionnels. D'après un leader syndical de l'Etat de Santa Catarina, « *alors que l'AF doit affronter une concurrence tous azimuts, si l'on maîtrise la production il n'en est pas de même pour la commercialisation où l'on doit pouvoir proposer des produits différenciés et s'organiser pour être plus efficaces afin de devenir compétitifs* ».

Ces thèmes qui ont pris de l'ampleur à la fin des années 90 recueillent aujourd'hui des moyens opérationnels. C'est ainsi que le Secrétariat de l'Etat au Développement Rural et à l'Agriculture et la CIDASC (Compagnie Intégrée de Développement Agricole de Santa Catarina), ont initié un programme d'envergure où s'articulent création de valeur ajoutée, appui à l'insertion au marché et valorisation des régions et des produits différenciés, notamment par la mise en place de signes de qualité. Quasiment au même moment, le Secrétariat d'Agriculture de l'Etat voisin du Rio Grande do Sul lance en 2001 le signe de qualité « *Sabor Gaúcho* » qui certifie les agro-industries participant au « *programme d'agro-industrie Familiale* » mis en place pour permettre au consommateur « *d'identifier et d'avoir la certitude d'acheter un produit de notre terre, fait par nos gens avec la qualité et le soin que vous méritez* ».

4.1. CONTEXTE ET ENJEUX LOCAUX

L'Etat de Santa Catarina fait partie intégrante de la région Sud devenue la seconde région économique du Brésil après la région Sud-Est. Elle se différencie des autres régions par son climat tempéré mais aussi par son histoire, la composition de sa population et le type de société mis en place. Avec plus de 5 350 000 habitants sur 95 285 km² qui représentent à peine plus de 1% du territoire brésilien, il apparaît comme une exception face à la forte concentration spatiale de l'habitat qui caractérise le pays.

Il est marqué depuis une dizaine d'années par deux tendances lourdes, la concentration des revenus et l'exode rural. Selon l'IBGE, 32 000 personnes représentant 13% de la population, ont quitté le monde rural entre 1996 et 2000, les départs cumulés depuis 1970 atteignant 500 000.

Alors que 21% de la population active vit de l'agriculture (source IBGE, 2000) et que la quasi-totalité de la population rurale dépend économiquement de la production agricole (Nadal, 2000), cet exode inquiète les pouvoirs publics et les organisations professionnelles. A la question cruciale de trouver les moyens de maintenir une famille sur 20 hectares, ceux-ci insistent sur la transformation des produits et leur valorisation qualitative comme source de valeur ajoutée⁷.

Uni-présente avec 203 347 exploitations sur 2 985 943 hectares (source IBGE, 1997), l'Agriculture Familiale du Santa Catarina se trouve soumise à la même problématique que celle évoquée au niveau national. Les deux tiers des agriculteurs y vivent en dessous du seuil de dignité estimé à 4200 U\$ par an (Nadal, 2000). La répartition des terres est beaucoup plus égalitaire que sur le reste du territoire national. La surface moyenne des exploitations est de 32 hectares et 94% ont moins de 100 hectares. La grande exploitation y est marginale du fait de systèmes de production axés historiquement sur la polyculture-élevage où 84% des colons sont propriétaires et exploitent 92% de la surface cultivée.

Un processus de peuplement discontinu a entraîné le développement autonome de colonies d'origines diverses, principalement européennes, fortement conditionné par le relief et le système hydrographique de l'Etat. Le littoral se trouve en effet séparé du haut plateau par le relief de la Serra do Mar et de la Serra Geral. Les fleuves, principales voies de pénétration, ont donné naissance à des bassins de population relativement importants et indépendants. En compartimentant le territoire en zones relativement différentes, indépendantes et spécialisées gravitant autour d'une ville, il explique la localisation, la structure et le fonctionnement de l'agriculture, ses techniques ainsi que ses modes de production et d'organisation. Le terme de « *colonial*, de la colonie » toujours présent dans le langage courant, véhicule une appartenance communautaire forte.

Le climat subtropical y permet des cultures non praticables dans les autres régions comme l'orge ou l'arboriculture de climat tempéré (pomme, pêche), mais lui en interdit d'autres comme le café ou le coton. Les productions sont déterminées essentiellement par les conditions bio-physiques et l'histoire de la colonisation. Elles sont inégalement réparties et se caractérisent par leur grande diversité tant au niveau animal que végétal. Les cultures traditionnelles comme le haricot et le tabac sont en recul alors que d'autres plus rémunératrices et récemment introduites comme la pomme, se développent.

7 Notamment à travers le programme « *Agregação de valor*, Agrégation de Valeur » lancé par le Secrétariat de l'Etat au développement Rural et à l'Agriculture pour une « *agroindustrialisation* » de l'AF.

Les productions animales ont fortement progressé au cours de la dernière décennie, notamment porc et volaille à l'Ouest avec une forte intégration à une industrie spécialisée puissante. Les systèmes productifs restent encore peu spécialisés et tournés vers l'autoconsommation avec toutefois une tendance au développement de petites agro-industries de proximité.

Fortement marquée par la colonisation européenne du milieu du XIX^{ème} siècle, sa société est moins inégalitaire et bénéficie d'un niveau de vie plus élevé. C'est là que les liens avec l'industrie d'amont et d'aval sont les plus forts et là aussi que se trouve le secteur agroalimentaire le plus innovant et le plus rentable de l'agriculture brésilienne, notamment en aviculture (Desplobins G., 2005). Mais l'intensification et la technicisation que connaît son agriculture, tendent à augmenter les tensions et les inégalités du monde rural (Théry, 2000). Il n'en reste pas moins que cet Etat fait partie de la seule région à posséder une structure agricole se rapprochant de la paysannerie européenne (Lamarche et Zananoni M., 2001).

4.2. LES SPÉCIFICITÉS

Les produits qualifiés de « *orgânico*, biologique » ont à ce jour retenu l'essentiel de l'attention des pouvoirs publics et des institutions avec la première réglementation nationale en matière de produits spécifiques⁸. La fréquence des séminaires sur le sujet traduit par ailleurs la forte sensibilité du consommateur brésilien à la notion de santé dans le produit. Selon la Banque Nationale de Développement Economique et Social (BNDS), il y aurait au Brésil 7,1 Millions de producteurs certifiés ou en voie de l'être pour une surface avoisinant les 170 Millions d'hectares. Une Chambre Sectorielle vient d'être créée par le Ministère de l'Agriculture (MAPA)⁹ avec l'objectif principal de « *débattre des problèmes du secteur et proposer des politiques publiques pour rendre le secteur plus efficient et compétitif sur le marché interne et externe* ».

L'appellation « *Colonial* » renvoie d'abord à une origine, la colonie et celle de « *Caipira* » au monde paysan. Elles sont alors implicitement associées à des attributs subjectifs tels que le travail artisanal, la culture et la tradition que leurs représentants s'attachent à faire vivre. Les représentations de ces appellations ne sont donc pas fixées et varient d'un acteur à l'autre (Desplobins et Le Sourné, 2005). Davantage marquées dans le sud du pays du fait de l'histoire de la colonisation, le contenu de ces

8 Loi Fédérale « *Instrução Normativa* » MA 505 du 16/10/1998 et Décret d'application n° 007 du 17/05/1999.

9 Organisation consultative réunissant les représentants professionnels et institutionnels du secteur biologique créée le 15 Mars 2004 (en : <http://www.agricultura.gov.br/>).

appellations varie aussi sensiblement d'une région à l'autre du Brésil. Connues de tous, elle sont de plus en plus utilisées et les produits dont la gamme est extrêmement variée, se positionnent aussi bien dans les boutiques spécialisées que les marchés de plein air ou la grande distribution. Selon une étude réalisée en 1999, les distributeurs tout comme les consommateurs considèrent que ces appellations correspondent le mieux au produit AF. Bien qu'y associant une image de qualité, ils n'en réclament pas moins davantage de garanties sanitaires. La plupart des agriculteurs se sentent dans l'illégalité et éprouvent des difficultés de commercialisation, 97% n'effectuant aucune opération de marketing et 87% ne bénéficiant d'aucun appui à la commercialisation (De Oliveira, 1994).

L'appellation « *Caseiro (a)* » qui signifie littéralement « *fait à la maison* », qualifie un mode de fabrication artisanal en opposition au mode de production industriel. S'appuyant sur des attributs subjectifs relatifs à l'authenticité ou au caractère naturel du mode fabrication, elle concerne une gamme plus limitée de produits, notamment les conserves et divers types de confitures.

La communication sur l'origine se développe, bien que ce critère soit moins évocateur pour les brésiliens que pour les français. Ce phénomène s'affirme avec la spécialisation récente de certaines régions, notamment la pomme à Fraiburgo ou São Joaquim au Centre Est, ainsi que la volonté de défendre une réputation historiquement acquise comme la « *cachaça*¹⁰ *Luíz Alvez* » au Nord ou le fromage « *Serrano* » près de Lages au Sud. Mais si l'Etat est déjà riche en produits communiquant sur l'origine, le territoire brésilien avec sa diversité de peuplements et de milieux l'est d'autant plus, notamment au Minas Gerais dans la région Sudeste où l'appellation « *mineiro(a)* » qualifie une large gamme de produits (« *queijo mineiro* », « *cachaça mineira* »). L'origine peut alors constituer un signal pertinent pour véhiculer des attributs culturels ou de savoir-faire touchant la sensibilité du consommateur (Le Sourne, 2001).

4.3. LE CADRE INSTITUTIONNEL LOCAL

Au niveau national, le Pronaf constitue une action publique de poids avec l'intérêt qu'il porte aux stratégies de qualification, bien que les actions dans ce domaine n'en soient qu'à leur phase de démarrage. En effet, les mécanismes institutionnels accompagnant la première législation sur la certification qui concernait les produits biologiques, sont toujours en cours de construction, notamment en ce qui concerne l'agrément des organismes certificateurs. Ces actions en matière de certification des

Produits d'Origine Familiale sont cependant appuyées par la convention PNUD-PRONAF/SAF/MDA qui établit les critères de spécificité des produits.

De son côté, l'Etat du Santa Catarina a adopté en 2000 une législation spécifique sur la certification qui instaure un cadre légal complet pour la mise en œuvre de signes officiels de qualité¹¹. Ce cadre institutionnel qui s'appuie dans ses grandes lignes sur les modèles français, accorde une large place à la reconnaissance de l'origine. Il tire son originalité d'une appellation « *FAM* » dédiée à la reconnaissance des produits issus de l'Agriculture FAMiliale. En plus de celle-ci, quatre autres « *Selos* »¹² sont régis par cette loi, permettant ainsi d'identifier cinq types de produits spécifiques :

- « *Selo DOC* » (Dénomination d'Origine Contrôlée), qui identifie un produit dont la typicité et la spécificité sont liées à son origine territoriale. Les produits certifiés DOC résultent d'une liaison reconnue entre une production et une région, caractérisée notamment par son climat et son sol ainsi que par le savoir-faire artisanal de ses producteurs agricoles ;

- « *Selo IGP* » (Indication Géographique Protégée), qui identifie un produit typique dont les caractéristiques peuvent être attribuées à son lieu de production, à son origine géographique et au savoir-faire des producteurs. Un produit certifié IGP peut ensuite donner lieu à une certification DOC dans la mesure où ses caractéristiques peuvent être attribuées au territoire d'origine ;

- « *Selo ORG* » (produit de l'agriculture ORGANIQUE), qui identifie les produits agricoles ou les aliments issus d'un système de production biologique excluant tout intrant d'origine chimique ou synthétique ;

- « *Selo FAM* » (produit originaire de l'agriculture FAMiliale), qui identifie des produits agricoles ou des aliments obtenus de manière totalement artisanale et dont le potentiel qualitatif les distingue de ceux de leur catégorie ;

- « *Selo CCO* » (Certificat de Conformité), qui identifie un produit élaboré selon un processus de fabrication répondant à des normes préalablement établies, tant au niveau de la production de matière première que de la transformation ou de l'emballage.

Ces deux initiatives institutionnelles tant au niveau fédéral qu'« *estadual* », posent le cadre légal de la différenciation et de la certification de certains produits spécifiques. Bien que constituant une véritable innovation pour valoriser les spécificités agricoles de l'Etat, la seconde destinée à élargir le champ d'action ouvert au plan national,

11 Loi « *estadual* » n° 12.117, du 7 Janvier 2002, réglementée par le décret n° 4323 du 25 Mars 2002.

12 « *Timbre* » en portugais.

10 Alcoool de canne

n'est toujours pas opérationnelle. Le processus n'en est qu'à ses balbutiements, souffrant de défauts d'adaptation et d'information des producteurs familiaux (Habib, 2003). Il reste en effet à mettre en place les mécanismes de coordination des acteurs ainsi que les modalités pratiques concernant notamment les opérations de contrôle et certification.

Seul le « *Selo IGP* » fait l'objet d'une demande formelle de la part des producteurs de pommes de la petite région de S o Joaquim. Le « *Selo CCO* » a également fait l'objet de sollicitations sans toutefois que les demandes se concrétisent. Quant au « *Selo FAM* », aucune demande n'a été enregistrée le concernant, pas même au niveau de l'information. Selon les gestionnaires de la certification au Secrétariat d'Agriculture de l'Etat, l'ampleur des exigences ainsi que les critères retenus rendent ce « *Selo* » impraticable en l'état actuel des moyens opérationnels (Habib, 2003).

4.4. LES ACTIONS LOCALES

Les attributs spécifiques défendus par chaque colonie (culture, tradition, production ou organisation sociale par exemple) ainsi que la richesse et la diversité des milieux biophysiques qui caractérisent les territoires, constituent un terreau fertile à des stratégies de développement local axées sur la différenciation par le produit « *l'agriculture de l'Etat de Santa Catarina a vocation à produire des aliments sains et de haute qualité ayant une forte identité culturelle et territoriale, issus de la biodiversité et obtenus à partir de technologies respectueuses de l'environnement qui permettent la création de valeurs complémentaires par la vente de paysages et de loisirs. Cette vocation naturelle coïncide avec le type d'aliment que le consommateur préoccupé par les questions de santé, commence à rechercher* » (Altmann, 2001).

Plusieurs municipes mettent en place une politique de développement rural s'appuyant généralement sur l'organisation prônée par le Pronaf autour d'un Conseil Municipal de Développement (CMDR), à l'instar de Blumenau¹. Elle fait également appel aux ONGs à travers notamment le programme « *Desenvolver* »² ainsi qu'aux mouvements sociaux ou syndicaux. La question de la création de revenu et d'emploi par la commercialisation et la valorisation de la qualité se trouvent au centre des objectifs.

13 L'une des plus importantes villes du Nord-Est de l'Etat avec 250 000 habitants issue de l'urbanisation de la colonie allemande autour d'une forte industrialisation, notamment dans le textile. Avec 95% de sa population urbanisée, ce municipe illustre les mouvements de population de la campagne vers les villes (Raud C., 1999).

14 « *Programme de Développement de l'Agriculture Familiale Catarinense par Verticalisation de la Production* », initié en 1998 pour appuyer la création ou la consolidation des unités de transformation.

L'exemple du Municipe de Gaspar avec son CMDR est ainsi comment  par la presse agricole locale (Tagliari, 1999) « *une scène de plus en plus commune dans les régions typiques du Sud du Brésil, entre plusieurs marques célèbres d'un rayon de supermarché moderne de Blumenau(SC) comme Danone, Nestlé ou Parmalat, le consommateur choisit le fromage « caseiro » élaboré par une productrice du municipe voisin de Gaspar dont la réputation de ses agro-industries a déjà franchi les frontières de la vallée de l'Itaja * » ; un propriétaire d'agro-industrie expliquant « *nous sauvons les traditions des cultures allemandes et italiennes héritées de nos descendants immigrés au siècle passé* » et le Maire de cette ville évoquant ses objectifs « *la question des agro-industries est prioritaire pour créer plus d'emploi et fixer les gens à la campagne ; nous ambitionnons d'obtenir 200 000 R\$ des organismes de crédit et autant du municipe pour distribuer à 100 familles afin de créer 400 emplois* ».

Le Municipe de Joinville qui a développé la marque collective « *Produit Artisanal Joinville* » illustre encore l'implication des politiques locales pour favoriser l'insertion de l'AF au marché. D'autres municipes s'associent pour des actions communes, comme c'est le cas avec l'AMUNESC (Association des Municipes du Nord-Est Catarinense) qui appuie la commercialisation de produits animaux transformés, notamment en limitant l'autorité sanitaire à un seul service d'Inspection Municipal choisi parmi les municipes adhérents, ce qui est d'ailleurs en contradiction avec la loi fédérale.

4.5. LES PROCESSUS EN COURS

De nombreuses et diverses initiatives locales de qualification informelle ou semi-informelle, tentent de pallier les processus institutionnels embryonnaires qu'elles ont contribué à impulser. Ces expériences s'appuient notamment sur le concept de Produit Originaire de l'Agriculture Familiale qui a inspiré la législation du Santa Catarina avec son « *Selo FAM* ». Ce type de produit se définit comme étant le résultat de l'activité familiale au sein d'une petite exploitation agricole diversifiée, destiné d'abord à l'autoconsommation puis à l'approvisionnement local et régional. Il se réfère d'abord à un savoir-faire familial avant même de s'identifier au territoire comme c'est le cas du concept français de *Produit Fermier*. Il peut également déborder le strict cadre familial au cours de la chaîne production-transformation-commercialisation. Cette appellation relative aux produits de l'agriculture fermière souvent qualifiés de « *Caipira, Fermier* », se distingue ainsi de celle relative en France au *Produit Fermier* dont les critères de production sont plus restrictifs (Desplobins et Le Sourn , 2005).

Les initiatives de qualification déjà engagées par certains groupes de producteurs visent à introduire leurs produits dans les rayons de la distribution locale alors

qu'auparavant ils se cantonnaient à une vente directe reposant sur une confiance qui ne nécessitait même pas d'étiquetage du produit. Mais soit par absence de gestion collective alors que tous les ingrédients nécessaires à la qualification sont présents¹⁵, soit par une faible sensibilité des consommateurs à l'argumentaire sur lequel s'appuie la communication¹⁶, soit par une définition floue de la spécificité ou l'absence réelle de spécificité, soit par l'absence d'accompagnement marketing ou merchandising et donc souvent par impossibilité de différencier le prix des produits concernés, certaines expériences se sont soldées par un échec (Le Sourne, 2001).

Nées au cours de la dernière décennie, ces démarches ont surtout reposé sur le concept d'agro-écologie et de produits dits « biologiques » ou « organiques ». Elles résultent de mouvements sociaux localisés, souvent à l'instigation de l'église qui a joué un rôle important dans la conversion et l'accompagnement des producteurs, notamment en matière de formation et d'organisation de la commercialisation (Desplobins, 2005). Ceux qui ne peuvent s'adapter aux contraintes de ce type de production mettent alors en avant la tradition et les techniques naturelles en qualifiant leurs produits de « artisanal » ou « Colonial » ou « 100% naturel ». Développées en l'absence de formalisation institutionnelle, ces démarches ont précédé l'action des pouvoirs publics pour conduire à des processus de certification plus ou moins élaborés mais déjà visibles (Desplobins, 2005).

Peu encadrée dans la pratique même s'il existe quelques textes officiels sur l'étiquetage et la certification, la différenciation des produits de l'AF par rapport à ceux issus de l'agriculture conventionnelle, reste floue. Mis à part quelques cas particuliers concernant le poulet et les produits de l'Agriculture Biologique, il en résulte un défaut d'encadrement de la chaîne productive familiale. Il n'existe pas non-plus de consensus sur ce point au niveau des acteurs sociaux qui n'ont souvent pas conscience de l'importance d'une démarche cohérente pour différencier leurs produits FAM de ceux provenant de l'agriculture industrielle.

Non seulement il n'existe en général pas de normes officielles relatives à ces processus, mais les modes de reconnaissance qui en découlent ne s'appuient pas

15 Savoir-faire particulier, origine familiale et locale ainsi que qualité différenciable.

16 Pour certains responsables de supermarché, « rares sont les consommateurs urbains qui prennent en compte le message social que tente de véhiculer le produit, regardant plutôt ce qu'il va y gagner. La communication reste souvent axée sur l'appellation « artisanal » attribuée de façon générique à l'ensemble des produits non industriels ou encore sur celle de « naturel » dont la seule mention ne peut suffire à discriminer les produits.

directement sur les exigences légales de la certification. Ils reposent prioritairement sur la confiance liée à une relation commerciale directe et de proximité entre producteurs et consommateurs, notamment à l'occasion des marchés ruraux. Quelques « Selo » plus ou moins formalisés, comme « *Ecovida* » et « *Agrego* » pour les produits biologiques (Byé et Desplobins, 2002), « *Sabor Colonial* » développé par l'UCAF¹⁷ pour les produits fermiers ainsi que des marques collectives comme « *cachaça Luiz Alvez* »¹⁸ ou « *ProVe* »¹⁹ *Blumenau* » ou encore « *Bnafa* »²⁰ *Mafra* » (Desplobins, 2005), sont présents. Ils permettent à des groupes de producteurs d'obtenir une certaine reconnaissance sociale de leurs techniques et savoirs-faire qui dépasse cependant rarement le niveau local. Mais surtout, leur lisibilité reste souvent faible, soit pour des raisons de marketing soit par la confusion entretenue autour des critères de différenciation annoncés. D'autres « Selo » d'origine institutionnelle comme « *Fundagro* » dans l'agriculture biologique (Byé P. *et al.*, 2005) ou le « *Selo de Qualidade Vinho Niágara de Santa Catarina* » dans la vitiviniculture, tendent en plus à exclure une majorité des producteurs familiaux (Desplobins, 2005).

5. CONCLUSION

La diversité des processus de qualification engagés au Sud du Brésil concerne tant le type de spécification (produit communicant sur l'origine ou un niveau de qualité supérieur) que les ressources génériques ou spécifiques mobilisées (tradition ou savoir-faire) et les modes d'organisation et de coordination entre acteurs. Tout en favorisant l'organisation collective avec les avantages qui en découlent, la différenciation par la qualité apparaît comme un moyen pour les producteurs familiaux de s'insérer sur le marché concurrentiel. Mais si elle offre la possibilité de dégager un bénéfice économique avec parfois

17 Unité Centrale des Agroindustries Familiales de l'Ouest Catarinense
18 Du nom du municpe de 8 000 habitants développé dans la vallée de l'Itajaí à partir d'une colonisation à majorité allemande. Sa réputation de « terre de la cachaça » liée à un mode de fabrication local différencié du produit « standard », sert d'argument commercial fort.

19 PROgramme de VERTICALISATION en référence au programme « Desenvolver » (Cf. Supra) à partir duquel quarante familles sont organisées en réseau autour d'unités de transformation, elles-mêmes articulées autour d'une coopérative fondée en 1999, la Cooperprove.

20 Banque Nationale de l'Agriculture Familiale constituant le « bras actif » de la Fondation Lyndolpho Silva portant un programme national de développement des politiques publiques pour la promotion de l'Agriculture Familiale. L'agence de Mafra implantée en 1996 au nord de l'Etat, reposait sur des partenariats institutionnels, principalement avec l'agence locale du Syndicat des Travailleurs Ruraux. En fédérant des groupes autour de projets individuels basés sur la recherche d'amélioration du revenu, elle accompagnait les projets collectifs de la phase conceptuelle et opérationnelle jusqu'à leur autonomie de fonctionnement.

un différentiel de prix positif, un niveau de revenu limité par l'échelle de production et/ou le prix de vente, peut remettre en cause la viabilité à moyen terme des démarches de qualification. Cette condition étant levée, elles participent alors d'une dynamique de gestion territorialisée du développement rural dans la mesure où la différenciation par la qualité est un catalyseur de la construction identitaire qui passe par celle du territoire.

L'aptitude de l'Agriculture Familiale à produire des aliments différents et variés, chargés d'attributs subjectifs répondant à des besoins spécifiques et mobilisant des technologies ou des savoirs-faire singuliers, représente son principal avantage concurrentiel avec celui de la proximité. Au-delà du choix de société qui s'impose en matière d'agriculture, l'appui des institutions et leur articulation avec les politiques publiques locales apparaissent aujourd'hui comme les conditions majeures de viabilité des démarches de qualification. L'enjeu de la reconnaissance des produits de l'Agriculture Familiale face aux produits industrialisés, passe également par la construction des mécanismes légaux de protection et d'identification des dénominations.

Avec la prédominance de son AF, la densité de ses exploitations, un principe de développement en colonies et la diversité de ses productions ainsi qu'un système institutionnel plus développé que sur le reste du pays, la présence de centres urbains répartis sur son territoire et un pouvoir d'achat réputé parmi les plus élevés du Brésil, l'Etat de Santa Catarina offre un terreau fertile à la qualification de ses produits agricoles. D'une part le potentiel de ressources spécifiques mobilisable est fort, lié notamment au développement autonome de colonies d'origines diverses qui défendent leurs attributs spécifiques ainsi qu'à la richesse et la diversité des milieux biophysiques, éléments constitutifs des territoires. D'autre part, la segmentation des marchés au profit de produits spécifiques répondant à une demande nouvelle du consommateur y représente une tendance lourde du fait d'une croissance économique régionale favorable. L'intérêt enfin porté par les institutions, notamment la recherche, par le mouvement social agricole avec le syndicalisme et par les ONGs, ainsi que l'émergence avec force de politiques publiques de développement local, permettent d'alimenter un débat public favorable à l'AF.

Même si la dynamique enclenchée dans cet Etat autour de la qualification des produits ne peut s'extrapoler à d'autres régions compte tenu d'une conjonction de facteurs favorables, elle n'en constitue pas moins une richesse qui doit être encouragée et prise en compte tant dans les débats scientifiques que dans les politiques nationales et régionales. En pleine définition de la place de l'agriculture dans l'économie brésilienne, la question de la qualification

des produits est en effet souvent éclipsée par des questions jugées prioritaires ou du moins préliminaires, comme l'accès à la terre et à la citoyenneté. Cet instant de mobilisation semble propice à l'examen de l'insertion de la petite agriculture au marché, notamment à travers la différenciation par la qualité comme outil de compétitivité, axe stratégique de politique d'appui à l'AF.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ADANT, P. ; ALTAFIN, I. 1991. « Agriculture paysanne au Brésil, enquête sur un enjeu national ». En : *Fondation pour le Progrès de l'Homme*, 5 : 163 p.
- ALTMANN, R. 2001. *Multifuncionalidade como estrategia*. Florianopolis(SC), Brésil : ICEPA; 2 p.
- BIEHL, H. 2001. *Industria da fam lia rural*. Brasília(DF), Brésil: C mara dos deputados; 24 p.
- BITTENCOURT, G. A.; DI SABATO, A. 2000. *Novo retrato da agricultura familiar, o Brasil redescoberto*. Brasília (DF), Brésil: MDA/INCRA.
- BYE, P.; DESPLOBINS, G. 2002. « La filière Truffe en France,  tat des connaissances sur la production et impact des politiques d'incitation ». Montpellier. INRA-Moisa/CTESI.
- BY . P.; SCHMIDT, W.; BAZZO, Schmidt V. 2005. « Reconnaissance informelle et formelle dans l'Agriculture Biologique ». En : Desplobins G. *Adoption et adaptabilité des modèles de certification dans l'Agriculture Familiale Sud-Brésilienne*. Montpellier, France : INRA-Moisa Cahiers de Recherches.
- CONTAG (Confedera o Nacional dos Trabalhadores da Agricultura). 2001. *Política agrícola e fortalecimento da agricultura familiar; política agrícola e agricultura familiar*. 8  Congresso Nacional dos Trabalhadores Rurais, 14 a 17/03/2001, textos gerais. (En : <http://www.contag.org.br/Documento%20Base%208CNTTR.doc>).
- DE OLIVEIRA, A.V. J.; SCHMIDT, D. B. V.; SCHMIDT, W. 1999. *Avalia o do potencial da Industria Rural de Pequeno Porte em Santa Catarina*. Florianopolis (SC), Brésil : CEPAGRO, 2 me  dition ; 94 p.
- DESPLOBINS, G. 2001. *Agriculture Familiale et stratégies de valorisation ; Agriculture Biologique et qualification* ». Montpellier, France : INRA-MOISA-CTESI. Rapport de mission dans les Etats du Santa Catarina et Rio Grande do Sul au Brésil.
- DESPLOBINS, G. 2003. « La recherche de reconnaissance de la qualité dans la vitiviniculture du Santa Catarina (Brésil) ». En : *Agroalimentaria*, 17 : 39-48.
- DESPLOBINS, G. 2005. « La reconnaissance des produits de l'Agriculture Familiale et le cas du poulet ». En: Desplobins G. *Adoption et adaptabilité des modèles de certification dans l'Agriculture Familiale Sud-Brésilienne*. Montpellier, France : INRA-Moisa Cahiers de Recherches (Sous presse).

- DESPLOBINS, G.; LE SOURNE, D. 2005. « Représentations multiples pour l'Appellation caipira ». dans le Poulet. En : *Unité Recherche*. Montpellier, France. Moisa Cahiers de Recherches (Sous presse).
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). 1997. Censo Agropecuario 1995/1996/Santa Catalina: (<http://www.ibge.gov.br/economia/agropecuaria>).
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). 2000. Censo demográfico 2000: migração e deslocamento: (<http://www.ibge.gov.br/censos>).
- GIRARDI E. 1996. *Agricultura familiar e seu impacto no MERCOSUL*. Frederico Wesphalen(RGS), Brésil: Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI).
- HABIB, D. 2003; *O papel dos atores sociais na diferenciação de produtos de origem familiar, o frango diferenciado em Santa Catarina*. Florianópolis(SC), Brésil : UFSC-CIRAD.
- ICEPA (Instituto de Planejamento e Economia Agrícola de Santa Catarina). 2002. *Perspectivas para a Agricultura Familiar, horizonte 2010*. Florianópolis (SC), Brésil : ICEPA- PRONAF-SDA.
- LAGRANGE, L. 1995. *La commercialisation des produits agricoles et alimentaires*. Paris : Tec. & Doc. Lavoisier.
- LAMARCHE, H.; ZANANONI, M. 2001. *Agriculture et ruralité au Brésil, un autre modèle de développement*. Paris : Karthala.
- LE SOURNE, D. 2001. *La différenciation par la qualité des produits de l'Agriculture Familiale Brésilienne du Santa Catarina comme stratégie d'insertion au marché*. Montpellier, France : CNEARC Master of Science DAT option VALOR.
- NADAL, R. 2000. « Agroindustria rural como uma alternativa de renda para os agricultores familiares ». En : *Agropecuaria catarinense*, 13: 5-9.
- RAUD, C. 1999. *Indústria, território e meio ambiente no Brasil: perspectiva da industrialização descentralizada a partir da análise da experiência catarinense*. Florianópolis (SC), Brésil: UFSC.
- SILVESTRO, ML., et al. 2001. *Os impasses sociais da sucessão hereditária na Agricultura Familiar*. Xanxère(SC)m Brésil: Epagri-Nead-MDA.
- THÉRY, H. 2000. *Le Brésil*. Paris : Armand Colin.