

## Quelle place pour les races locales dans la mise en marché des produits ? Le cas des fromages de brebis corse

Sorba J.M., Sonet C., Lauvie A.

in

Napoléone M. (ed.), Ben Salem H. (ed.), Boutonnet J.P. (ed.), López-Francos A. (ed.), Gabiña D. (ed.).  
The value chains of Mediterranean sheep and goat products. Organisation of the industry, marketing strategies, feeding and production systems

Zaragoza : CIHEAM

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 115

2016

pages 367-371

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=00007300>

To cite this article / Pour citer cet article

Sorba J.M., Sonet C., Lauvie A. **Quelle place pour les races locales dans la mise en marché des produits ? Le cas des fromages de brebis corse.** In : Napoléone M. (ed.), Ben Salem H. (ed.), Boutonnet J.P. (ed.), López-Francos A. (ed.), Gabiña D. (ed.). *The value chains of Mediterranean sheep and goat products. Organisation of the industry, marketing strategies, feeding and production systems.* Zaragoza : CIHEAM, 2016. p. 367-371 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 115)



<http://www.ciheam.org/>

<http://om.ciheam.org/>

# Quelle place pour les races locales dans la mise en marché des produits ? Le cas des fromages de brebis corse

J.M. Sorba<sup>1</sup>, C. Sonet<sup>1,2</sup> et A. Lauvie<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>INRA UR 0045 LRDE, Quartier Grossetti, 20250 CORTE (France)

<sup>2</sup>Supagro Montpellier, 2 place Viala, 34060 Montpellier cedex 01 (France)

\*coordonnées actuelles : UMR SELMET INRA Supagro CIRAD

2 place Viala, 34060 Montpellier cedex 01 (France)

---

**Résumé.** La brebis corse est la principale race laitière élevée en Corse. Elle est intégrée au cahier des charges de l'Appellation d'Origine Protégée Brocciu (A.O.P.) ainsi que dans trois autres projets d'A.O.P. fromagères. Pourtant, son existence dans les opérations de mise en marché est mal connue. Son image constitue-t-elle un argument de vente pour les producteurs et les professionnels du marché ? Le collectif de gestion de la race interagit-il avec la valorisation des fromages ? A partir du cas de la brebis et des fromages corses, l'étude cherche à comprendre ce qui motive et ce qui fait obstacle à l'intégration des races locales aux dynamiques de valorisation des produits. Elle s'appuie sur (i) des entretiens conduits auprès d'éleveurs et d'opérateurs du marché des fromages (ii), l'analyse de sites internet et d'étiquettes de fromages et l'analyse d'un projet de coopération entre les gestionnaires de trois races locales (Béarnaise, Basque et Corse). Nous montrons que la brebis corse est peu mise en avant dans les argumentaires de vente des fromages bien qu'elle soit considérée comme un élément clé des systèmes d'élevages. Nous expliquons ce paradoxe par l'absence de concurrence faite à la brebis corse par d'autres races sur son territoire d'élevage. L'émergence des projets qui envisagent la valorisation conjointe des populations animales locales, des systèmes d'élevage et des produits est discutée.

**Mots-clés.** Ovins laitiers – Population animale locale – Valorisation – Fromages – Médiations marchandes.

## **Role given to the Corsican sheep breed in the selling processes of dairy products**

**Abstract.** *The Corsican sheep breed is the main breed raised for milk sheep production in Corsica. This breed is mandatory for producing Brocciu, a PDO for a traditional whey cheese, but at the moment the other dairy products are not concerned by GI so there are no formal mandatory links between breed and products. However several projects of GI for cheeses are pending and the Corsican cheeses in general benefit a good reputation. What is the role given to the local breed in selling process of those dairy products? Is it considered to give specific characteristics to the products? Is its image used? Are collective dynamics around products linked to collective dynamics of breed management and how? To answer those questions our study is based on (i) interviews of breeders (delivering milk to small factories or processing milk on farm), small milk industries stakeholders, small shops and supermarket stakeholders (ii) thematic analysis of websites, cheese labels, project description involving local breed stakeholders. We analyse the role given to the breed and discuss its place as a mediation operator between the livestock farming system and the dairy products produced. We show that the Corsican sheep breed is not highlighted in the cheeses selling processes but that it is considered as a key element of farming systems. We make the hypothesis that this absence of focus on the breed in selling processes is due to the fact that it is nearly the only sheep breed risen on the territory.*

**Keywords.** *Local breed – Adding Value – Cheeses – Sheep – Corsica.*

## I – Introduction

La question de l'interaction entre gestion des populations animales locales et la valorisation des produits est une question à fort enjeu. En effet la valorisation des produits est une voie pour fonder et stabiliser le développement des races locales et peut également questionner leur gestion en introduisant de nouveaux acteurs ou de nouveaux objectifs (e.g. Audiot *et al.*, 2005 ; Mathias *et al.*, 2010, Lambert-Derkimba, 2007, Lauvie *et al.*, 2011). De façon réciproque, on peut attendre de ce travail de stabilisation et du « marquage terroir » par la race un effet sur la qualification des produits (Chapados et Sautier, 2009 ; Fort, 2012).

La brebis corse est la principale race utilisée par les éleveurs de brebis en Corse. Pour produire du *Brocciu*, fromage de lactosérum sous Appellation d'Origine Protégée (AOP), il est obligatoire d'employer du lait de race locale (brebis et/ou chèvre corse). Les autres fromages de l'île ne sont pas sous signe officiel de qualité et il n'y a donc pas de lien formalisé entre races locales et ces produits. Cependant plusieurs projets d'AOP pour des fromages sont en cours et les fromages corses de manière générale bénéficient d'une bonne réputation. En Corse, plus de la moitié des éleveurs ovins sont des producteurs de fromages fermiers. La vente est réalisée en vente directe et/ou dans les boutiques et les supermarchés de proximité. Les autres éleveurs livrent leur lait à une vingtaine d'entreprises de transformation régionales. Enfin, une petite partie associe les deux activités de transformation fromagère et de vente de lait.

Quel est la place de la brebis corse dans les processus de mise en marché de ces produits ? Est-elle considérée comme apportant des particularités au produit ? Son image est-elle mobilisée ? Est-ce un argument commercial dans certains circuits de vente ? Les dynamiques collectives pour la gestion de la race sont-elles connectées aux dynamiques collectives de valorisation des produits et si oui de quelle façon ?

## II – Matériel et méthode

Cette étude fait suite à des travaux antérieurs conduits en Corse et en région PACA (Sorba et Aït Mouloud, 2014). Elle a été réalisée en deux séquences. La première s'appuie sur des entretiens, des observations et des analyses documentaires (matériels de vente et projet de valorisation conjointe des races et des produits).

La première séquence s'appuie sur :

- Des entretiens réalisés auprès de neuf responsables de supermarchés des principales villes de Corse (Calvi, Ile Rousse, Ponte Leccia, Corte, Ghisonaccia, Porto Vecchio) et de 11 gérants ou employés de boutiques de produits locaux (Corte, Ile Rousse, Porto-Vecchio, Bonifacio, Bastia, Ponte-Leccia, Ajaccio, Paris etc.) ainsi que de quatre vendeurs de fromages sur les marchés de Bonifacio et de Porto-Vecchio.
- L'analyse documentaire de 24 sites internet (institutionnels, fromageries, boutiques de produits corses en ligne, fermes en ligne) et de 33 étiquettes de fromage.
- L'analyse d'une action de programmation intitulée, « Des races locales de brebis laitières, des territoires pastoraux et des produits de qualité : comment gérer les évolutions des systèmes d'élevage sans perdre sa spécificité? ». Cette action qui s'est déroulée de janvier à décembre 2014, est issue d'une coopération inscrite dans le cadre d'un programme Leader + National entre trois Groupe d'Action Locale (GAL) : « Centre Corse », « Haut Béarn » et « montagne Basque ».

La seconde séquence consiste à réaliser une nouvelle série d'entretiens cette fois-ci auprès de onze éleveurs et de deux fromagers. Les résultats de la première enquête conduite sur les opé-

rations d'aval sont présentés aux producteurs en début d'entretien : (i) une synthèse des entretiens conduits auprès des responsables de produits frais des supermarchés, (ii) auprès des gérants des boutiques de produits locaux (iii) ainsi qu'une fiche présentant les thèmes associés aux étiquettes de fromages corses.

### III – Résultats

#### 1. La brebis corse est peu mobilisée dans le commerce des fromages

##### A. La brebis corse vue par les vendeurs des boutiques et des supermarchés

La grande majorité des opérateurs interrogés en supermarchés et en boutiques de produits locaux n'évoquent pas spontanément la race locale lorsqu'ils définissent le fromage corse et lorsqu'ils développent les arguments de vente qu'ils adressent aux clients. Les qualités évoquées concernent principalement les bonnes conditions d'alimentation des animaux, la conduite en plein air du troupeau et la transformation fromagère sur l'exploitation. La brebis corse est rarement évoquée. Cependant, lorsque l'item « race de brebis corse » est suggéré, ils considèrent qu'il s'agit d'une mention valorisante des fromages corses qui mérite d'être précisée lors des transactions marchandes.

##### B. La brebis corse sur les étiquettes de fromages

L'analyse de l'iconographie et du texte de 33 étiquettes de fromages met en évidence les principaux thèmes retenus par les producteurs de fromage : (i) l'animal : représenté par sa tête, l'animal « sur pieds », un troupeau, (ii) la Corse : la carte de la Corse et la tête de Maure (emblème de la région), (iii) la tradition pastorale : la bergerie, le berger, (iv) le milieu, « la nature » : la montagne, les fleurs, la prairie, le maquis (v) le village (Fig. 1).

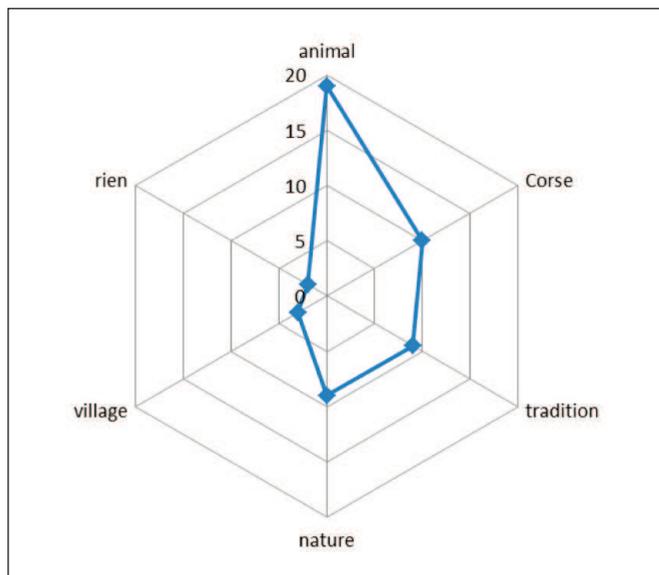


Fig. 1. Graphique représentant les occurrences iconographiques ou écrites des thèmes observés sur les étiquettes.

## **2. La « brebis corse » : un marqueur du pastoralisme pour les éleveurs**

Les entretiens ont été réalisés auprès de 11 éleveurs de brebis dont six producteurs fermiers, quatre éleveurs livreurs de lait et un éleveur mixte. Six des 11 éleveurs sont soumis au contrôle laitier. Sur les 11 éleveurs interrogés, trois étaient en zone de montagne, quatre en zone de piémont et quatre en zone de plaine. Deux fromagers recevant du lait pour le transformer ont également été enquêtés.

L'enquête met en évidence une faible mobilisation de la race comme identifiant commercial des fromages de Corse. Les producteurs fermiers et les transformateurs se réfèrent toutefois plus fréquemment à la race que les acteurs d'aval. Les éleveurs la mentionnent essentiellement pour des raisons zootechniques. Les éleveurs expriment une satisfaction d'abord parce que les aptitudes de la race sont pertinentes du point de vue de leur système d'élevage, mais aussi parce qu'ils la perçoivent comme une composante de l'identité du pastoralisme corse et de son patrimoine.

Alors comment expliquer que la race ne soit pas spontanément citée par les éleveurs, fermiers et livreurs de lait, comme un argument de qualité spécifique ? Ne peut-on attendre de la race un marqueur du pastoralisme, une composante d'un marquage du terroir corse ?

Comment se fait-il que la grande majorité des producteurs fermiers l'ignorent dans les opérations de promotion et de mise en marché des fromages ? Alors-même que ces derniers sont surpris lorsqu'on leur indique que les acteurs d'aval ne mentionnent pas la race comme identifiant de leur fromage (résultats de la première phase d'enquêtes).

Ce dernier fait qui signifie un attachement à la race est conforté par l'analyse de quelques sites de vente des exploitations mais aussi par ceux des organismes ayant en charge l'application des politiques publiques et le conseil aux éleveurs corses. On observe en effet que la race corse occupe une place centrale dans les documents de présentation des filières de production. Celle-ci n'est cependant pas citée formellement sous la dénomination « race de brebis corse » mais elle est très représentée par une riche iconographie ancienne et actuelle.

## **3. Une approche globale des liens entre race locale, systèmes d'élevage et produits**

Dans le projet de coopération des trois GAL Leader de territoires ovins laitiers (cf.II), il est fait référence à trois volets d'activité. Ils couvrent à la fois la gestion génétique de la race locale, les systèmes pastoraux et les produits issus de ces systèmes : « les schémas de sélection adaptés aux contraintes des systèmes d'élevage pour garder une brebis rustique et adaptée à son milieu », « les outils de production et de travail et les modes de gestion et d'utilisation du territoire adaptés à la mise en place de systèmes d'élevage pastoraux économes et autonomes », « une meilleure reconnaissance et une meilleure valorisation des produits liés au pastoralisme ». Si le compte-rendu d'activité de l'opération, notamment un film qui présente les trois situations, souligne la prégnance des races locales dans les systèmes de valorisation des fromages de chacune des régions, leur valorisation effective dans les cahiers de charges des AOP fromagères est différente. Dans le cas de la Corse, le Brocciu intègre la race de brebis de façon formelle. Nous n'avons relevé aucun indicateur tangible de mise en visibilité de ce lien entre la race et le produit dans le processus de mise en marché. Il faut noter que les dossiers d'AOP fromagères, en cours d'instruction, ont repris pour leur propre compte cette exigence du choix racial. Dans le cas du fromage A.O.P. Ossau Iraty qui concerne les deux autres régions du projet inter-GAL trois races locales sont autorisées (Manech tête noire, Manech tête rousse et basco-béarnaise).

## IV – Discussion et conclusion

Nous montrons que la brebis corse est peu mise en avant dans la mise en marché des fromages mais qu'elle est considérée par tous les opérateurs de la chaîne de valeur comme un élément-clé des systèmes d'élevages. Pour expliquer ce paradoxe, nous avançons l'idée, qui pourrait donner une suite au présent travail et fournir une hypothèse de recherche, que la faible exposition de la race corse dans la mise en marché des fromages est liée à la quasi-absence d'autres races ovines laitières dans les troupeaux insulaires. L'intention d'intégrer la race corse dans la qualification des trois fromages en cours d'instruction est exprimée dans les cahiers des charges. Les liens entre la race et les autres composantes du système de production conduit à envisager la gestion génétique des races locales en terme « d'adaptation » (rusticité, diversité des systèmes d'élevages). Se pose également la question de la « coévolution » entre la qualification des produits au sein des Indications Géographiques et sur les marchés. A cet égard, il sera intéressant de suivre de façon conjointe les interactions entre les collectifs de valorisation des produits et de gestion des races. Ces dynamiques en cours invitent à poursuivre l'exploration initiée dans le cadre de ce travail et de travaux complémentaires (e.g. Paoli *et al.*, 2014) sur la population animale locale comme opérateur de médiations entre systèmes d'élevages d'une part et biens et services produits par ces systèmes d'élevages, d'autre part. Enfin et plus généralement, l'article interroge l'effectivité de l'intégration des conditions pastorales au « marquage terroir » auprès des clientèles (Ilbert, 2009).

## Remerciements

Ce travail s'est déroulé dans le cadre du projet DoMEsTic (Mediterranean biodiversity as a tool for the sustainable development of the small ruminant sector: from traditional knowledge to innovation), financé dans le cadre de l'ERANET ARIMNet, et coordonné par le NAGREF en Grèce.

## Références

- Audiot A., Bouche R., Brives H., Casabianca F., Gaillard C., Roche B., Trift N. et Steyaert P., 2005.** Populations animales locales et produits de qualité: comment valoriser transformer la ressource génétique? *Les Actes du BRG*, 5, p. 577-592.
- Mathias E., Mundy P. and Köhler-Rollefson I., 2010.** Marketing products from local livestock breeds: an analysis of eight cases. *AGRI*, (47), p. 59-71.
- Lambert-Derkimba A., 2007.** Inscription des races locales dans les conditions de production des produits animaux sous AOC: enjeux et conséquences pour la gestion collective des races mobilisées. *AgroParisTech (Ecole doctorale ABIES), INRA*, p. 284.
- Chapados A. et Sautier D., 2009.** De la qualification des produits agroalimentaires à la diversité culturelle et biologique : une analyse comparée de quatre expériences d'indications géographiques dans les pays du Sud. Présenté au Colloque international « Localiser les produits », une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des suds ?, 9-11 juin 2009. Paris.
- Ilbert H., 2009.** Le marquage des terroirs par les indications géographiques : politiques internationales et stratégies nationales en Méditerranée. Dans : *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens. Options Méditerranéennes. Série A : Séminaires Méditerranéens*, 89, p. 121-134.
- Lauvie A., Audiot A., Couix N., Casabianca F., Brives H. et Verrier E., 2011.** Diversity of rare breed management programs: Between conservation and development. *Livestock Science*, 140(1-3), p. 161-170.
- Paoli J.C., Viollet A., Santucci P.M., Gambotti J.Y. et Lauvie A., 2014.** Towards a better understanding of adaptation of local breeds to livestock farming systems: an exploratory methodological proposal. *Options Méditerranéennes*, Série A, 108, p. 501-505.
- Fort F., 2012.** Produits traditionnels méditerranéens : marchés et grande distribution. Dans : *La diète méditerranéenne pour un développement régional durable*. *Mediterra 2012 Report*. CIHEAM / CIHEAM, Les Presses de Science Po, 528 p.
- Sorba J. et Ait Mouloud M., 2014.** Qualifying the Corsican cheeses as pastoral products: Issues for market mediations. In: *Proceedings of the 11. European IFSA Symposium*, Berlin, Germany, April 2014. p. 1085-1094.