RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ

L'INAO, **UNE FORCE D'ACCOMPAGNEMENT DES ODG** FACE AUX DÉFIS CONTEMPORAINS (2)

METTRE À PROFIT L'INTELLIGENCE COLLECTIVE EN FAVORISANT LES MOMENTS D'ÉCHANGES ENTRE ODG

Les Organismes de défense et de gestion (ODG) sont de taille très diverses et disposent de moyens hétérogènes. Les agents et les professionnels de l'INAO se doivent donc de les accompagner dans un environnement de plus en plus complexe. Pour ce faire, des réunions régionales autour de thèmes transversaux sont régulièrement organisées par l'INAO, parfois en partenariat avec diverses structures régionales (IRQALIM, Chambre Régionale…). Des réunions régionales sont ou seront ainsi organisées en 2025 et début 2026.

Par exemple, la Délégation Territoriale Val-de-Loire de l'INAO a organisé une rencontre régionale avec les ODG locaux le mardi 25 mars 2025 à la Chambre d'Agriculture d'Indre-et-Loire. Les échanges ont porté sur le thème « La création de valeur des produits sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine ».

Le programme a permis de mettre en exergue différentes expériences qui nourriront les réflexions des ODG. Les ateliers portaient notamment sur les thématiques suivantes :

1. Les freins à la valorisation d'un Label Rouge
2. Les difficultés de gouvernance d'un ODG qui évolue
3. Comment affirmer la qualité supérieure du Label Rouge dans un contexte de marché de plus en plus concurrentiel ?
4. Les enjeux de ressources humaines au sein d'un ODG
5. Comment développer les marchés et accéder à la restauration collective en IGP et Label Rouge ?
6. Comment développer la promotion avec un budget restreint ?

RENFORCER LA CONNAISSANCE DES SIQO PAR LES CONSOMMATEURS FACE À LA « JUNGLE DES LABELS »

D'après les enquêtes réalisées, les SIQO sont globalement reconnus par les consommateurs. À titre d'exemple, le Label Rouge, l'Agriculture Biologique et l'AOP sont reconnus respectivement à 90% pour les deux premiers et 75% pour le troisième (source : FranceAgriMer). Toutefois, cette identification s'effrite, en particulier auprès des jeunes consommateurs.
Par ailleurs, le marché se complexifie, avec une évolution des modes de consommation, le renouvellement des générations, et surtout la multiplication des labels privés ou des marques, qui forment aujourd'hui une véritable « jungle des labels ».
De plus, les exigences citoyennes ne se reflètent pas toujours dans les comportements de consommation.

il y a des signes qui ne trompent pas.

Signes officiels de confiance

Pour repositionner les SIQO, l'INAO mène des actions de sensibilisation du public, notamment dans le but de rappeler les promesses singulières qu'ils portent : des cahiers des charges précis et transparents, homologués par l'État, portés par des collectifs de producteurs engagés et contrôlés par des organismes indépendants agréés. Ces arguments consensuels ont favorisé la mobilisation des professionnels dans les démarches de promotion des SIQO, notamment au travers d'une campagne de communication ambitieuse et fédératrice articulée autour d'un slogan commun « il y a des signes qui ne trompent pas / signes officiels de confiance ».

Exemple de communication autour des SIQO

©Emeline Boileau, Muscadet Coteaux de la Loire, 2018

©Emeline Boileau, Muscadet Côte de Grandlieu, 2018

L'INAO accompagne l'adaptation des SIQO aux enjeux de notre époque, tout en créant de la valeur sur toujours plus de produits, de territoires et de filières.

Conception graphique : Flora La Chevalier