

A hand is shown from the top right, holding a small ring that supports a large, shiny, metallic bell. The bell is the central focus of the upper half of the image. The background is a solid, vibrant orange color.

Les

LABELS

TOUT SAVOIR
SUR LA LABELLISATION
DE VOS PRODUITS

**MANGER
AUDOIS!**



Qu'est-ce qu'un label

Un label est une certification, mais aussi un engagement !

Un engagement apposé sur un produit. Il garantit au consommateur que le produit respecte un certain nombre de critères ce qui lui confère une qualité supérieure à un produit non-labellisé. Le label est repérable par un élément iconographique, un logo, une image. Au-delà de critères économiques, être labellisé

c'est aussi adhérer à un mode d'agriculture, à une philosophie de travail. Les labels sont également une façon de fournir des productions dotées d'un savoir-faire authentique, respectueuses de l'environnement et qui garantissent, très souvent, la juste rémunération des producteurs.

Un label émane de l'État, mais pas seulement !

Les labels présents en France peuvent être officiels, c'est-à-dire qu'ils sont créés par les pouvoirs publics, privés (chartes ou cahier des charges portés par une association par exemple), ou provenir directement d'un corps de métier.

Il en existe quasiment dans tous les domaines et tous les secteurs. Dans les métiers de bouche, l'obtention d'un label alimentaire peut représenter un avantage concurrentiel important.

Que permettent-ils ?

Les avantages de la labellisation



Une visibilité accrue



Une plus grande réactivité
à la demande du marché



Une augmentation potentielle
du prix de vente



Une image professionnelle
améliorée qui attire davantage
d'investisseurs



Une amélioration
des conditions de travail,
durabilité, commerce équitable
(selon le label)



Les suppléments obtenus
grâce aux certifications peuvent
être investis dans d'autres
projets communautaires

BON À SAVOIR : UN LABEL EST UN INVESTISSEMENT, PAS UNE GARANTIE FINANCIÈRE !

En fonction du label souhaité, il vous faudra prévoir un investissement parfois important pour vous conformer au cahier des charges, en plus de frais initiaux. De plus, le maintien de la certification dans le temps sera également source de dépenses. Enfin, les ventes n'étant pas garanties par le label vous n'êtes pas assuré de récupérer les coûts de certification.

Quels sont les critères d'obtention ?

Les critères à respecter pour obtenir un label varient selon le label et l'organisme qui le gère. Les critères et leur mode de contrôle sont réunis dans un cahier des charges, aussi appelé « référentiel ». Ce référentiel peut s'appliquer au niveau du mode de production, le niveau de qualité, la provenance géographique des matières utilisées, la protection de l'environnement, etc.

Les différents types de labels

Voir Tableau récapitulatif 

Il est possible de distinguer les principaux labels en trois catégories :

LES SIGNES EUROPÉENS DE LA QUALITÉ :

appellation d'origine protégée, indication géographique protégée, la spécialité traditionnelle garantie, l'agriculture biologique.

LES SIGNES NATIONAUX DE LA QUALITÉ :

label rouge, certification de conformité...

LES MENTIONS VALORISANTES :

produit de montagne, produit fermier, haute valeur environnementale...

La bonne utilisation de ces signes est garantie par l'État.



Sur quels critères choisir mon ou mes labels ?



Assurez-vous que le label soit cohérent aux arguments de vente associés à votre produit/services, avec le secteur d'activité de votre exploitation, mais également en cohérence avec votre philosophie de travail et vos valeurs.



Tenez compte de vos moyens disponibles, qu'ils soient financiers ou organisationnels. Par exemple, dans le cas d'une exploitation employant plusieurs personnes, les salariés doivent être en nombre suffisant, compétents et ouverts à la démarche pour que celle-ci puisse fonctionner



Évaluez l'importance de la notoriété du label et de son image auprès du public avant de lancer les démarches

BON À SAVOIR :

Certains labels sont spécifiquement adaptés aux petites ou aux grandes structures.



ZOOM SUR LA LOI EGALIM 2

POURQUOI EGALIM 2 ?

La loi EGalim 2 fait suite à la première loi EGalim du 30 octobre 2018 qui avait pour objectif d'équilibrer les relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire afin de protéger la rémunération des agriculteurs. Elle avait toutefois besoin d'être complétée. La loi EGalim 2 vient donc refondre et compléter la première loi afin de permettre une protection accrue de la rétribution des agriculteurs.

La loi EGalim répond à plusieurs objectifs :

- rémunérer justement les producteurs, pour leur permettre de vivre dignement de leur travail
- renforcer la qualité sanitaire, environnementale et nutritionnelle des produits alimentaires
- favoriser une alimentation saine, sûre et durable pour tous
- renforcer les engagements sur le bien-être animal
- réduire l'utilisation du plastique dans le domaine alimentaire
- favoriser l'accès à la restauration collective pour les producteurs locaux

QUI EST CONCERNÉ PAR LA LOI EGALIM 2 ?

L'ensemble des acteurs des chaînes alimentaire et agro-alimentaire : sont concernés par la loi EGalim 2. La loi EGalim 2 crée des obligations différentes selon que l'on soit au stade de la relation « amont » ou de la relation « aval ». De plus, cette loi est, sauf rares exceptions, applicable aux négociations commerciales 2022.



ZOOM SUR LA LOI EGALIM 2

QUELS PRODUITS ENTRENT DANS LA LOI EGALIM 2 ?

La loi EGalim 2 s'applique aux produits alimentaires mais aussi aux produits destinés à l'alimentation des animaux de compagnie. Dans le cadre de l'obligation de transparence prévue par le nouvel article L441-1-1 du code de commerce, un fournisseur doit indiquer dans ses CGV la part des matières premières agricoles et de produits transformés composé de plus de 50% de matières premières agricoles. Mais aussi dans la composition de ses produits alimentaires et de ceux destinés à l'alimentation des animaux de compagnie.

ET EN OCCITANIE ?

En Occitanie, l'IRQUALIM contribue à une politique régionale en faveur du développement des démarches de valorisation, dans le sillage des enjeux d'EGalim 2.

Cela passe notamment par la mise en place de différents outils de valorisation de l'agriculture et de l'agroalimentaire :

- les signes d'identification de la qualité et de l'origine
- les mentions valorisantes (montagne et Fermier)
- les marques collectives
- les indications géographiques

Ces outils sont utilisés pour la reconnaissance des qualités particulières d'un produit.





THÉMATIQUES PRINCIPALES

DESCRIPTION

| QUALITÉ | ENVIRONNEMENT | BIEN-ÊTRE ANIMAL | ORIGINE/TERRITOIRE | SOCIAL | EGALIM 2 |
|---------|---------------|------------------|--------------------|--------|----------|
|---------|---------------|------------------|--------------------|--------|----------|

BIOLOGIQUES

| | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
|  | Agriculture Biologique | Pas de produits chimiques de synthèse, sans OGM, limitation des intrants. | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ |
|  | Démeter | Certification concernant les produits alimentaires, cosmétiques et textiles issus de l'agriculture biodynamique, complémentaire à la réglementation biologique européenne officielle. Elle propose une approche globale, dans laquelle la Terre, le végétal, l'animal et l'humain collaborent positivement afin de recréer des écosystèmes agricoles plus équilibrés. | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ |
|  | Bio français équitable | Association du cahier des charges bio aux exigences du commerce équitable. Garantit aux consommateurs des légumes bio produits en France et aux agriculteurs bio un prix rémunérateur et des relations commerciales équitables. | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Bio équitable en France | Cahier des charges qui garantit des échanges commerciaux équilibrés et durables. | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Flor de Peira | Certification concernant les farines bio d'Occitanie produites sur meule de pierre et sans additifs. | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ |
|  | Bio Cohérence | Règles qui s'ajoutent au règlement européen de l'AB, garantissant une exigence et une cohérence renforcées. La certification bio officielle est un pré-requis pour obtenir la marque Bio Cohérence. | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ |

ORIGINES / TERRITOIRES

| | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  | AOP/AOC | Toutes les étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. | ✓ | | | | ✓ | | ✓ |
|  | IGP | L'Indication géographique protégée (IGP) identifie un produit agricole, brut ou transformé et le lieu d'au moins l'une des étapes de sa production et/ou transformation. | ✓ | | | | ✓ | | ✓ |
|  | Marque Pays Cathare | Marque territoriale qui définit la qualité selon des cahiers des charges géré par le département. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
|  | Cœur des sols | Cahier des charges qui garantit des échanges commerciaux équilibrés et durables. | | ✓ | | | | ✓ | |
|  | Sud de France | Depuis 2006, Sud de France est la marque de reconnaissance des produits d'Occitanie. Ces produits répondent à des cahiers charges qui garantissent la provenance régionale des matières premières, des sites de transformation en Région Occitanie, et des savoirs faire locaux. | | | | | ✓ | | |
|  | Tendre d'Oc | Marque régionale qui appartient à Interbio Occitanie, valorise la viande de jeunes bovins bio. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
|  | Produits Agricoles de France | Garantie l'origine France des produits concernés, l'existence de cahier des charges ou règlement d'usage encadrant l'utilisation du logo, un engagement formel des opérateurs des filières concernées souhaitant utiliser ces logos, des contrôles réalisés par un organisme tiers. | | ✓ | | | ✓ | ✓ | |
|  | Produit de Montagne | | ✓ | | | | ✓ | | |

THÉMATIQUES PRINCIPALES

DESCRIPTION

QUALITÉ

ENVIRON-
NEMENTBIEN-ÊTRE
ANIMALORIGINE/
TERRITOIRE

SOCIAL

EGALIM 2

ÉCORESPONSABLES

| | DESCRIPTION | QUALITÉ | ENVIRON- NEMENT | BIEN-ÊTRE ANIMAL | ORIGINE/ TERRITOIRE | SOCIAL | EGALIM 2 |
|--|--|---------|--------------------|---------------------|------------------------|--------|----------|
|  | Hauteur Valeur Environnemental niveau 3 Mesure de seuils de performance environnementale en matière de biodiversité et de faible dépendance aux intrants. | | ✓ | | | | ✓ |
|  | Valeurs Parc Naturel Régional Marque collective attribuée par les Parcs, ouverte aux professionnels des territoires concernés. Elle porte la vision durable d'un autre modèle de société conciliant les aspects écologiques, économiques et sociaux. | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
|  | Zéro Résidu Démarche portée par des producteurs volontaires, garantissant aux consommateurs, que les produits portant la mention sont exempts de résidu de Substances Actives non compatibles avec ce programme avec obligation de résultats. | ✓ | | | | | |
|  | Vergers écoresponsables Arboriculteurs français sont engagés dans une démarche de production écoresponsable. | ✓ | ✓ | | | | |
|  | Vignerons engagés Vignerons investis dans une démarche RSE de la vigne au verre. Son label Vignerons Engagés est le premier label RSE et durable dédié au monde du vin en France. | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
|  | Végétal Local La Marque «Végétal local» est un outil de traçabilité des végétaux sauvages (issus de collectes en milieu naturel) et locaux (naturellement présents dans la région d'origine considérée). | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Bas Carbone Label avec l'objectif de contribuer à l'atteinte des objectifs climatiques de la France. | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Agriconfiance Agri Confiance, un ensemble de marques concernant des produits issus de coopératives agricoles françaises engagées dans une démarche collective en faveur de la qualité, l'environnement, le bien-être animal, le soutien aux agriculteurs et aux territoires. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Nature et progrès Certification garantissant des produits respectueux du vivant, interdisant les OGM, les produits chimiques de synthèse, basés sur les équilibres naturels. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Terra Vitis Certification environnementale française majeure exclusivement dédiée au secteur viticole, s'appuyant de manière équitable sur les trois piliers du développement durable. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|  | Simples Cahier des charges très strict en ce qui concerne la protection de l'environnement, la préservation des ressources floristiques, la qualité de la production et le respect du consommateur. Il concerne le secteur des plantes aromatiques et médicinales (producteurs et cueilleurs). | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | |
|  | Bee Friendly Vise une agriculture plus responsable, en accompagnant et formant les producteurs dans des pratiques respectueuses des abeilles. | | ✓ | ✓ | | | |
|  | Vegan Ce standard international, unique et approuvé incarne une agriculture durable qui exclut les produits phytosanitaires d'origine animale, le bétail ou l'élevage, les engrais issus des déjections animales et les restes des abattoirs (cornes, sang, plumes, os...) | | ✓ | | | | |
|  | Nourri sans OGM Étiquetage possible, différents étiquetages sans OGM sont possibles sur les produits végétaux et animaux, une réglementation européenne existe et des contrôles en France, mais pas de texte de type réglementation spécifique). | | ✓ | ✓ | | | |

THÉMATIQUES PRINCIPALES

DESCRIPTION

| QUALITÉ | ENVIRONNEMENT | BIEN-ÊTRE ANIMAL | ORIGINE/TERRITOIRE | SOCIAL | EGALIM 2 |
|---------|---------------|------------------|--------------------|--------|----------|
|---------|---------------|------------------|--------------------|--------|----------|

QUALITÉ

| | | | | | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|---|--|---|
|  | Label Rouge | Sigle national permettant d'identifier des produits bénéficiant d'un niveau de qualité supérieur en comparaison à des produits similaires. | ✓ | | ✓ | | | | ✓ |
| | Produits fermiers | Des méthodes de production traditionnelles dans un circuit intégré à la ferme, appliquées aux œufs, produits laitiers et volailles de chairs. | ✓ | | | | | | ✓ |
|  | Marque Pays Cathare | Marque territoriale qui définit la qualité selon des cahiers des charges géré par le département. | ✓ | | | | | | ✓ |
|  | C'est qui le patron | Tous les produits sont créés, votés mais aussi vérifiés par les consommateurs collectivement. Le principe est de donner autant d'importance à la construction qu'à la vérification de chaque point des cahiers des charges des produits. | | | | ✓ | ✓ | | |
|  | Spécialité Traditionnelle Garantie | Signe européen permettant de protéger une recette traditionnelle. | ✓ | | | | | | ✓ |
|  | Bienvenue à la ferme | Premier réseau français de vente directe | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
|  | Global GAP | Marque déposée basée sur une série de référentiels sur les bonnes pratiques agricoles, dont l'objectif essentiel est d'assurer une agriculture sûre et durable dans le monde entier. | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
|  | Bleu Blanc Cœur | L'association s'engage à : faire monter en gamme l'agriculture française, développer une agriculture respectueuse de la Terre, des animaux et des hommes, innover constamment et toujours en plan de progrès, apporter les preuves et la mesure de son action, intégrer tous les maillons de la chaîne alimentaire au sein de l'association. | ✓ | | | | ✓ | | |

POUR PLUS D'INFORMATIONS

DES QUESTIONS ?

LA CHAMBRE D'AGRICULTURE DE L'AUDE EST
LÀ POUR VOUS AIGILLER ET VOUS AIDER
DANS VOS DÉMARCHES DE LABELLISATION.

POUR PLUS D'INFORMATIONS



CHAMBRE D'AGRICULTURE DE L'AUDE

ZA de Sautès à Trèbes 11878
CARCASSONNE Cedex 9

Tél : +33 (0)4 68 11 79 79
services.generaux@aude.
chambagri.fr



Pour toute demande spécifique à
l'**agriculture biologique**, vous pouvez
contacter directement le **BIOCIVAM 11**.

BIOCIVAM 11

11 rue de l'Industrie
ZA de Sautès
11800 Trèbes

Tél : +33 (0)4 68 78 06 38
info@bio-aude.com

