



CHAIRE  
IN'FAAQT

# Les démarches SIQO à l'épreuve de la COVID-19 : quels impacts, quelles adaptations, quels enseignements ?

Synthèse première phase – Décembre 2020



## Table des matières

Table des matières .....	1
I. Contexte et objectifs de l'étude .....	2
II. L'adaptation dans l'urgence et les premières actions.....	2
III. Les conséquences et manifestations directes de la crise.....	3
IV. Les premiers enseignements et les perspectives d'évolution.....	4
Éléments de conclusion.....	4

L'équipe de la chaire tiennent à remercier l'ensemble des personnes ayant pris le temps de répondre à l'enquête.

Vous souhaitez en savoir davantage sur l'étude ? Contactez-nous : [contact@infaagt.com](mailto:contact@infaagt.com)

La présente note synthétise les principaux résultats issus de la première phase de l'étude exploratoire mise en œuvre par la chaire In'FAAQT sur la crise sanitaire de la COVID-19 durant le premier confinement.

## I. Contexte et objectifs de l'étude

En raison des deux confinements successifs, la crise sanitaire de la COVID-19 aura eu des répercussions considérables et durables sur les secteurs agricole et agroalimentaire. Les stratégies de production et d'approvisionnement, les circuits de distribution comme les tendances de consommation s'en sont trouvées profondément impactés. Dans ce contexte inédit, les démarches sous SIQO ont connu des fortunes diverses. Si beaucoup d'entre elles ont vu leur activité commerciale plonger de façon alarmante, d'autres semblent mieux supporter la crise. La diversité des SIQO et des situations qui les caractérisent constitue un bon terrain d'étude pour amorcer une première prise de hauteur, elle mérite d'être interrogée à l'aune de cette crise sans précédent.

**L'objectif était donc de proposer une lecture exploratoire des tenants et des aboutissants de la crise de la COVID-19 (mars-mai 2020) vis-à-vis des démarches SIQO (AOC, AOP, IGP, label rouge et bio), en portant une attention particulière sur ses multiples conséquences perçues par les acteurs de ces démarches et sur les stratégies d'adaptation mises en œuvre.**

Le questionnaire a été diffusé par voie électronique via Google Forms® durant la période du 7 juillet au 9 septembre 2020 auprès des ODG et interprofessions adhérentes à l'IRQUALIM Occitanie.

- **RUBRIQUE 1 : ADAPTATION AU QUOTIDIEN DES FILIERES** (signes avant-coureurs, gestion dans l'urgence puis au fil de l'eau, stratégies d'adaptation mises en œuvre)
- **RUBRIQUE 2 : CONSEQUENCES ET MANIFESTATIONS DIRECTES DE LA CRISE** (nature des impacts ressentis)
- **RUBRIQUE 3 : PREMIERS ENSEIGNEMENTS A TIRER DE LA CRISE** (analyse de la crise comme révélateur des forces et faiblesses des SIQO, besoins exprimés en termes de soutien)
- **RUBRIQUE 4 : PERSPECTIVES D'EVOLUTION ENVISAGEES A MOYEN / LONG TERME** (stratégies productives et commerciales, nouvelles formes d'organisation, formes de relocalisation de l'activité)

*Figure 1 : les rubriques du questionnaire*

Sur les 55 ODG sollicités, **les 36 répondants correspondent à 40 produits SIQO<sup>1</sup>**, auxquels il faut ajouter les produits bio. Cet échantillon apparaît représentatif de la grande diversité des productions de la région. Les répondants sont en majorité des salariés (30 sur 36), les 6 répondants restants étant des élus. Afin de préserver l'homogénéité de l'échantillon, les questions sujettes à perception / opinion n'ont pris en compte que les réponses des salariés.

## II. L'adaptation dans l'urgence et les premières actions

Dans les jours qui ont suivi le premier confinement, la gestion immédiate de la crise a été mise en œuvre de façon extrêmement diverse. **Pour beaucoup, l'organisation de réunions spécifiques (régulières ou ponctuelles) a constitué une première réponse (14 répondants sur 36)**. Les échanges à distance (mail, visioconférence ou téléphone) ont été une alternative (8/36). Cette adaptation s'est également matérialisée au travers d'échanges avec l'échelon national. **Ainsi, 17 répondants sur 36 ont fait état de contacts directs ou indirects avec l'INAO**. La majorité de ces contacts ont porté sur des demandes de dérogations temporaires au cahier des charges SIQO (13 citations). **Des décisions concrètes ont été prises par 12 répondants**, principalement concernant les étapes de production ou de transformation.

**Les ODG ont également été force de proposition / de décision sur d'autres thématiques** : opérations de communication (5 citations) et opérations commerciales spécifiques (4 citations).

---

<sup>1</sup> AOP, IGP et label rouge, obtenus ou en cours. Ce décalage s'explique par le fait qu'un répondant peut représenter plusieurs produits.

Les répondants estiment en majorité (23/30, élus exclus) que la présence d'un cahier des charges n'a pas constitué un obstacle dans la gestion de cette crise (figure 2). Ce résultat est encore plus net si l'on envisage l'adaptation à la crise à l'aune du fonctionnement général de l'ODG. Ainsi, pour 28 répondants sur 30, ce fonctionnement n'a pas constitué d'obstacle à la gestion de la crise.



Figure 2 : le cahier des charges SIQO comme obstacle à l'adaptation de l'ODG à la crise ?

Plus largement, l'organisation collective a été davantage comme un atout par les répondants :

- apport / centralisation / circulation de l'information (12 répondants),
- « facilitateur » du fonctionnement au quotidien de la filière (10 répondants),
- soutien moral, cohésion (3 répondants).

Cette vision positive est à nuancer, dans la mesure où la sensation d'avoir subi la crise est également présente. 5 répondants estiment ainsi que les ODG ont été incapable d'agir au nom du collectif, laissant alors les opérateurs s'adapter par eux-mêmes. Les termes « rôle nul », « impuissant » ou « spectateur des événements » ont ainsi été employés. Ces premiers éléments tendent à illustrer la relative bonne capacité qu'ont eu les ODG – conjointement aux opérateurs adhérents – à apporter des premières réponses à la crise : ceux-ci ont en effet fait état d'une certaine réactivité, doublée d'une perception globalement positive quant au caractère collectif de leur organisation.

### III. Les conséquences et manifestations directes de la crise

Au moment de l'analyse des résultats, une majorité de répondants (18/30) indiquait ne pas avoir encore réalisé de bilan chiffré de l'impact économique et commercial du premier confinement. La représentation des réponses qualitatives en nuage de mots (figure ci-dessous) offre malgré tout une première illustration de la perception largement négative de la situation. Il est à noter que tous les chiffres du nuage de points concernent des déclaratifs de pourcentages à la baisse de l'activité, en volumes ou en chiffre d'affaires).



Figure 3 : la perception de l'impact de la crise par les ODG

L'autre information importante réside dans la variabilité des déterminants de l'impact de la crise. Pour les interrogés, ceux-ci dépendent du type d'opérateurs (selon 26 répondants sur 30), du type de produit (25/30)

et du circuit de commercialisation (22/30). Ainsi, si la crise de la COVID-19 est une crise des produits, elle est aussi une crise de certains circuits de commercialisation, comme le montre le tableau ci-dessous.

	Très négatif	Plutôt négatif	Neutre	Plutôt positif	Pas concerné / NSP
GMS	2	6	11	7	4
Restauration hors domicile	20	3	2	0	5
Grossiste / Négociant	0	14	11	1	4
Vente directe individuelle ou collective (y compris Internet)	2	2	4	14	8
Marchés de plein vent	6	9	3	3	9
Circuits traditionnels (épiceries fines, magasins spécialisés...)	2	7	3	11	7
Export	4	9	4	0	13

Figure 4 : la perception des impacts de la crise selon le circuit de distribution

#### IV. Les premiers enseignements et les perspectives d'évolution

La perception des atouts du produit SIQO révélés ou renforcés par la crise renvoie à 3 aspects principaux :

- force du collectif (solidarité, réactivité, sentiment d'appartenance) : 14 citations,
- ancrage territorial du produit et de l'activité : 8 citations,
- caractère organisé de la filière (contrôles, traçabilité, définition de la qualité) : 8 citations.

Concernant les faiblesses, les lourdeurs administratives des ODG et de l'INAO n'ont été que peu évoquées.

Les répondants accordent en revanche plus d'importance à leur faible capacité d'action et leur absence de maîtrise des maillons aval de la filière :

- faible capacité d'action (finances, poids politique) : 6 citations,
- absence de maîtrise du marché (fixation prix, dépendance à un circuit) : 4 citations,
- statut « haut de gamme » : 4 citations,
- manque de cohésion collective (replis individualistes) : 3 citations,
- organisation administration de l'ODG (coûts, lourdeurs) : 2 citations.

Par ailleurs, le caractère inédit de la crise a déjà amené un certain nombre d'ODG à envisager des modifications spécifiques au sein de leur structure (12 répondants sur 30) :

- stratégie de communication / promotion collective : 8 citations,
- stratégie de commercialisation : 6 citations,
- contractualisation entre les acteurs : 2 citations.

#### Éléments de conclusion

Fondée sur les réponses d'acteurs situés au cœur même de la crise sanitaire, la présente étude visait à fournir un certain nombre d'éléments « à chaud ». **S'il convient de rester mesuré dans l'interprétation de ces résultats, uniquement déclaratifs à ce stade, quelques pistes de réflexion ont émergé.**

**Les premiers constats font ainsi état d'une capacité avérée des ODG à se mobiliser**, comme l'attestent notamment les décisions rapides inhérentes à plusieurs cahiers des charges SIQO, sans que ces derniers aient été considérés un obstacle majeur. Par ailleurs, en dépit **d'un manque de recul, les effets de la crise se révèle extrêmement hétérogènes**. La diversité des produits et des filières explique ce constat. La COVID-19 a ainsi pris des formes et des intensités variables selon le type d'opérateur et le circuit considéré.

Enfin, si la crise a touché beaucoup de filières de plein fouet, le SIQO semble avoir malgré tout joué en partie un rôle de rempart. **Pour autant, le confinement a également mis en lumière un certain nombre de faiblesses qui questionnent aujourd'hui fortement les ODG sur les adaptations à mettre en œuvre** dans les années à venir, en particulier concernant les stratégies de commercialisation.