

*Centre de recherche
pour l'étude
et l'observation
des conditions
de vie*



Sou1994-857

1

142, rue du Chevaleret

75013 PARIS

Tél. (1) 40 77 85 00

Fax (1) 40 77 85 09

CREDOC-DIRECTION

IMPORTANT

Ce rapport est actuellement soumis à embargo ou à diffusion restreinte par le commanditaire de l'étude dont il traite. Il vous est adressé au titre de vos responsabilités à l'égard du Centre.

**NOUS VOUS DEMANDONS DE NE PAS LE
DIFFUSER**

**Produits label rouge et produits
labelisables / Aude Collerie de
Borely. Juin 1994.**

CREDOC•Bibliothèque



CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

Observatoire des Consommations Alimentaires

(arrêté du 9 juin 1990)

O.C.A. - c/o CNERNA - 11 rue Jean Nicot - 75007 PARIS

Produits Label Rouge et produits labelisables

JUIN 1994

Aude COLLERIE DE BORELY

Etude réalisée par le
Département Prospective de la Consommation du CRÉDOC,
142, rue du Chevaleret 75013 PARIS



Cette étude a été effectuée à la demande
de la DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ALIMENTATION.

SOMMAIRE

Synthèse.....	1
1. Les produits Label Rouge	3
2. Repérage des produits Label Rouge dans la base OCA.....	6
3. Consommation de produits Label Rouge	8
4. Les forts consommateurs de produits Label Rouge	11
5. Que consomment les ménages forts consommateurs de produits Label Rouge ?	19
5.1. Les autres consommations des forts consommateurs de poulets Label Rouge	20
5.2. Les autres consommations des consommateurs de canards Label Rouge	23
5.3. Les autres consommations des forts consommateurs de fromages Label Rouge	26
5.4. Conclusion générale	29
ANNEXES	30
Annexe 1 : Structure socio-démographique du panel SÉCODIP en 1992	31
Annexe 2 : L'analyse de la variance	33
Annexe 3 : Consommations régulières des consommateurs réguliers de produits Label Rouge	35
Annexe 4 : Liste des produits Labels Rouges non présents dans la base de l'OCA.....	37
Annexe 5 : Liste des Labels Rouges homologués et non suspendus au 8 décembre 1993	39

SYNTHÈSE

Cette étude avait pour objectifs de :

- tester l'hypothèse selon laquelle il existerait un profil général des amateurs de produits Label Rouge et que ces consommateurs achèteraient des produits alimentaires spécifiques.
- en cas de validation de cette hypothèse, décrire les profils de consommation spécifiques des amateurs de Label Rouge de façon à identifier les secteurs de l'agro-alimentaire particulièrement favorables pour l'expansion du Label Rouge.

Globalement, on peut conclure que l'hypothèse d'un profil général des amateurs de Label Rouge est vérifiée.

D'une part, les forts consommateurs de chacun des trois types de produits étudiés (poulets Label Rouge, canards Label Rouge et fromages Label Rouge) ont un profil socio-démographique commun : ils sont plutôt âgés (50 ans et plus), ils ont des revenus élevés et vivent assez souvent en région parisienne ou dans le Sud.

D'autre part, ces forts consommateurs ou consommateurs réguliers de produits Label Rouge ont une consommation alimentaire bien typée, et ce quels que soient les produits Label Rouge que l'on utilise pour définir ces forts consommateurs. Elle se caractérise en effet par une consommation de produits plutôt à forte valeur ajoutée ou consommés dans des occasions festives :

- les poissons frais ou fumés et les crustacés ou mollusques ;
- les viandes blanches (chapons, pintades, lapins) et les charcuteries dont nous disposions dans l'étude ;
- les fromages ;
- les fruits et légumes frais.

Les viandes rouges et bon nombre de charcuteries n'ont pas pu être prises en compte dans l'étude, mais il faut rappeler que ce sont des produits sur-consommés par les personnes âgées et les catégories à revenus élevés, qui figurent parmi les acheteurs habituels de produits Label Rouge.

Les résultats obtenus encouragent donc l'élargissement du secteur d'application du Label Rouge à partir de ses bases actuelles d'implantation (poulets, volailles, jambon), en déclinant la gamme de produits soit vers le haut (chapons, jambons crus), soit plus horizontalement (lapins).

Plusieurs secteurs actuellement peu "labelisés" paraissent en outre particulièrement favorables : les poissons et crustacés, pour ceux qui peuvent être produits avec une certaine régularité dans la qualité, les fruits et légumes frais, les fromages. En plus de l'existence d'une clientèle potentielle particulièrement réceptive, la concentration des efforts dans des secteurs alimentaires prédéfinis permettrait en outre de capitaliser la notoriété pour devenir une référence de qualité "incontournable" dans chacun de ces secteurs.

1. LES PRODUITS LABEL ROUGE

Les labels agricoles attestent qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé possède un ensemble distinct de qualités et caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges et établissant un niveau de qualité supérieure.

L'origine géographique ne peut figurer parmi les caractéristiques spécifiques que si elle est enregistrée comme indication géographique protégée (...).

Ce produit doit se distinguer des produits alimentaires de l'espèce habituellement commercialisés, notamment par ses conditions particulières de production ou de fabrication et, le cas échéant, par son origine géographique.

Seuls des producteurs ou des transformateurs organisés en groupement, quelle qu'en soit la forme juridique, sont habilités à demander la délivrance d'un label.

Art. L. 115-22, C. consommation modifié par la loi 94-2 du 3 janvier 1994

Tout label agricole est matérialisé par un signe distinctif délivré par l'organisme certificateur et apposé sur tous les produits bénéficiant du label.

Ce signe est soit la marque déposée par le Ministre de l'Agriculture lui-même pour les labels nationaux, soit la marque homologuée pour les labels régionaux.



Sur ce signe distinctif doivent figurer la référence au présent décret et le numéro d'homologation.

Art. 16, Décret n°83-507 du 17 juin 1983

Le LABEL ROUGE en chiffres en 1992

Fillière	Nombre de labels	Production 1992	Chiffre d'affaires
VOLAILLES	184	81,3 millions de volailles labelisées	2 milliards de Francs
VIANDES	28	225 000 animaux labelisés	671,6 millions de Francs
CHARCUTERIE - SALAISON	17	9 055 tonnes	455 millions de Francs
PRODUITS LAITIERS	6	19 497 tonnes	560 millions de Francs
FRUITS ET LÉGUMES	9	3 549 tonnes	30 millions de Francs
AUTRES FILIÈRES (produits de la mer, produits transformés, semences, blé, farine, miel ...)	14	172 533 tonnes (hors escargots et blé)	609 millions de Francs (hors gazon et blé)

Source : CERQUA

(Centre de Développement des Certifications des Qualités Agricoles et Alimentaires)

En 1992, le chiffre d'affaires de la production française sous label s'élève à plus de 4 milliards de Francs. 30 000 agriculteurs, 2 250 entreprises et 9 secteurs sont concernés : volailles, viande, charcuterie-salaison, fruits et légumes, produits laitiers, produits transformés, produits de la mer, boissons et produits agricoles. En Annexe 5 est donnée la liste exhaustive des labels homologués par type de filière — au 8 décembre 1993 —.

Le Label Rouge est apparu au milieu des années soixante dans le secteur du poulet où il connaît aujourd'hui une indéniable réussite puisqu'il représente 15 % de la production avicole et 28 % des achats des ménages en valeur. D'autres secteurs plus récents connaissent un succès relatif. La viande labelisée, apparue en 1990 et 1991 ne représente qu'à peine 2 % de la production totale de la viande de boucherie mais elle progresse de 41 % en tonnage en 1992. Pour les fromages, le Label Rouge met en avant le savoir-faire, la tradition mais également l'origine. La production de fruits et légumes labelisés est trop soumise aux aléas climatiques pour qu'une progression de 12,5 % en 1992 soit significative. Et si le Label Rouge démarre dans le secteur des produits de la mer (saumon écossais et huîtres de Marennes), son développement semble ne pouvoir se faire que sur des productions d'élevage, la pêche ne

pouvant assurer une qualité constante. Dans le domaine de la charcuterie, le Label Rouge est en perte de vitesse puisqu'il a subi une baisse de 18 % en volume en 1992.

Il existe donc sans doute des secteurs de la consommation alimentaire plus "porteurs" que d'autres pour les produits Label Rouge. Nous proposons dans cette note de définir les produits actuellement non labélisés et fortement consommés par les forts consommateurs de produits Label Rouge. L'intérêt de ce travail repose sur l'hypothèse que les acheteurs habituels de produits Label Rouge sont intéressés par la labélisation en général. Quels sont alors les produits actuellement non labélisés que ces "fidèles" du label consomment ? Telle est la question que nous nous posons ici.

2. REPÉRAGE DES PRODUITS LABEL ROUGE DANS LA BASE OCA

Cette étude sur les consommateurs des produits Label Rouge a été réalisée à partir des données de la base de l'Observatoire des Consommations Alimentaires. Nous rappelons que celles-ci sont constituées des données recueillies par SÉCODIP auprès de son panel de consommateurs (cf. en Annexe 1 la structure sociodémographique du panel SÉCODIP). Nous avons donc à disposition un certain nombre de produits, regroupés en "marchés", pour lesquels plus de 3000 ménages ont enregistré leurs achats tout au long de l'année 1992. Il est important de préciser ici que d'une part nous travaillons sur des quantités achetées et non des quantités réellement consommées et que d'autre part les achats des hommes seuls ne sont pas suivis par le panel SÉCODIP.

Notre première tâche a consisté à rechercher dans la base de l'Observatoire des Consommations Alimentaires l'ensemble des produits portant la mention Label Rouge.

Il faut bien prendre conscience que nous étions dans l'incapacité de travailler sur l'ensemble des produits labellisés présents sur le marché et ceci pour plusieurs raisons :

- Nous n'avons pas dans la base l'ensemble des produits existants sur le marché alimentaire¹ ;
- Il faut par ailleurs rappeler que ce sont les ménages eux-mêmes qui rapportent sur leur semainier la totalité des informations concernant chaque produit acheté. Il est donc fort probable que certains produits labellisés ont été achetés et enregistrés par les ménages en omettant de mentionner la présence du label ;
- Un produit existant sur le marché à la fois avec et sans label peut correspondre à un même "produit" ou groupe de produits dans la base. C'est le cas en particulier pour le marché des viandes. On ne peut alors distinguer dans les achats ceux concernant un produit labellisé de ceux concernant le même produit sans label ;
- Certaines marques ou origines qui pourraient nous permettre de repérer une référence labellisée ne sont pas précisées dans les libellés des références présentes dans la base OCA.

¹ La liste des produits Label Rouge non existants dans la base est en Annexe 4.

Exemples d'ambiguïtés:

- Pour le pâté de campagne Michel Caugant - Label Rouge n° 04-71 : les références de cette marque, qui est non spécifiée dans le marché des pâtés dans la base OCA, doivent être comprises dans les références regroupées sous la marque "Autres marques" ;
- Pour les fruits et légumes : nous n'avons ni marque ni origine régionale ;
- Pour la viande : nous avons une référence par type de produit, qu'il soit labelisé ou pas.

Enfin, sur 57 114 références présentes dans la base, nous avons trouvé 766 références labelisées pour lesquelles soit la mention Label Rouge était indiquée dans le libellé, soit des informations suffisamment précises permettaient de les repérer. Ces références concernent cinq marchés différents, avec une forte prédominance pour le poulet.

Références Label Rouge repérées dans la base OCA

Marché	Nombre de références "label"
Poulets	672
Canards et canes	75
Saucisses	5
Fromage des Pyrénées	3
Emmental français	11

Parmi les poulets Label Rouge retenus, sont présents des poulets fermiers, éviscérés, blancs ou jaunes. Les autres volailles Label Rouge sont des canards entiers ou en morceaux (magrets, filets, cuisses ou autres morceaux), des canes et canettes. Les saucisses Label Rouge retenues sont des saucisses de Strasbourg nature préemballées. Le fromage des Pyrénées repéré est un fromage à croûte noire, fait à partir de lait de vache. Enfin, on a retenu l'ensemble des références "Emmental français Grand Cru".

Nous allons donc, pour cette étude, travailler seulement sur une partie des produits Label Rouge existant sur le marché. Ceci est restrictif mais nous pouvons supposer que les produits Label Rouge repérés sont les plus présents sur le marché et correspondent aux plus grosses parts de marché du Label Rouge (cf. tableau "Le Label Rouge en chiffres en 1992").

3. CONSOMMATION DE PRODUITS LABEL ROUGE

Nous avons calculé à partir des références trouvées dans la base de l'Observatoire des Consommations Alimentaires, la consommation des produits Label Rouge.

**Consommations moyennes en kg par an et par individu
SUR L'ENSEMBLE DES CONSOMMATEURS en 1992**

Marché	Ensemble des produits	Produits Label Rouge
Poulets	5,13	1,13
Canards et canes	0,526	0,068
Saucisses Strasbourg nature	0,352	0,003
Fromage des Pyrénées lait de vache / croûte noire	0,076	0,009
Emmental français	1,26	0,11

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Pour l'ensemble de la population (y compris les non consommateurs), la consommation annuelle moyenne de poulets Label Rouge est d'environ 1,13 kg par individu en 1992. Les individus consomment en moyenne 68 grammes de canards labélisés par an, très peu de saucisses et fromages des Pyrénées¹ et 110 grammes en moyenne par an d'emmental français Grand Cru.

**Part de marché des produits Label Rouge pour les consommateurs
du panel SÉCODIP dans les marchés considérés
(en % du volume total)**

Groupes de produits	Part dans leur marché
Poulets	22,0
Canards et canes	13,0
Saucisses Strasbourg Nature	0,98
Fromages des Pyrénées (lait de vache / croûte noire)	11,8
Emmental français	8,7

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

¹ Une seule marque est repérable dans le panel SÉCODIP.

Les produits identifiés comme porteurs du Label Rouge représentent dans notre panel, 22 % des achats de poulets en 1992, 13 % des achats de canards et canes, seulement 1 % des saucisses de Strasbourg préemballées, 11,8 % du fromage des Pyrénées et 8,7 % de l'emmental français acheté.

**Proportion des ménages consommateurs¹ des produits labélisés en 1992
(en %)**

Groupe de produits	Proportion des ménages consommateurs
Poulets	49,3
Canards et canes	8,6
Saucisses Strasbourg Nature	2,2
Fromage des Pyrénées lait de vache / croûte noire	2,1
Emmental	24,3
Ensemble des produits repérés	62,8

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Près de la moitié des ménages ont acheté au moins une fois au cours de 1992 du poulet Label Rouge. Ils sont 8,6 % à avoir acheté du canard ou de la cane Label Rouge, près de 2 % des saucisses de Strasbourg Label Rouge et du Fromage des Pyrénées (marque Montségur). Enfin près d'un quart des ménages ont acheté de l'Emmental Français Grand Cru.

Si l'on considère l'ensemble des produits Label Rouge repérés dans la base, 63 % des panélistes en ont acheté au moins une fois en 1992, ce qui laisse entrevoir une pratique importante de l'achat de produits labélisés. Il est clair cependant, au vu des chiffres précédents, que ce sont les poulets Label Rouge qui sont achetés par un plus grand nombre de personnes.

¹ On appelle PROPORTION DE MÉNAGES CONSOMMATEURS du produit P, le pourcentage de ménages qui a acheté au moins une fois dans l'année le produit P.

**Consommations moyennes en kg par an et par individu
POUR LES SEULS CONSOMMATEURS en 1992**

Marché	Proportion des ménages consommateurs (en %)	Consommation moyenne de produits Label Rouge pour les seuls consommateurs
Poulets	49,3	2,2
Canards et canes	8,6	0,82
Saucisses Strasbourg Nature	2,2	0,137
Fromage des Pyrénées lait de vache / croûte noire	2,1	0,39
Emmental français	24,3	0,44

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

La consommation annuelle moyenne de poulets Label Rouge en 1992 et pour la seule population consommatrice de ces produits est de 2,2 kg par individu. De la même manière, les seuls consommateurs de canards et canes labélisés en consomment près de 820 grammes par individu en 1992. Pour chacun des fromages labélisés (fromage des Pyrénées croûte noire et emmental Grand Cru français), près de 400 grammes sont consommés en 1992 par individu par les seuls consommateurs : 390 grammes en moyenne de fromage des Pyrénées et 440 grammes d'emmental français Grand Cru.

4. LES FORTS CONSOMMATEURS DE PRODUITS LABEL ROUGE

Nous avons repéré dans notre panel d'une part, les forts consommateurs de poulets Label Rouge et les forts consommateurs de canards Label Rouge, pour lesquels les données sont solides, et d'autre part, les forts consommateurs de fromage (fromage des Pyrénées et emmental Grand Cru) pour lesquels les données sont plus fragiles. Le produit 'Saucisses de Strasbourg', trop peu acheté — une seule marque a été repérée dans la base et peu de ménages (près de 2 %) achètent ce produit labélisé — a été volontairement ôté dans l'analyse suivante : il est délicat de faire une analyse statistique telle que l'analyse de la variance sur un si petit échantillon.

Nous avons choisi de définir les trois sous-populations de forts consommateurs ou de consommateurs spécifiques de la manière suivante :

- les forts consommateurs de poulets Label Rouge comme les 10 % plus forts ménages consommateurs : ils consomment plus de 4 kg/an/individu de poulets Label Rouge.
- les consommateurs de canards Label Rouge comme les individus des ménages consommateurs de canards : ils représentent 8,6 % des ménages consommateurs. Ce choix a été guidé par un souci de pertinence statistique, les sous-populations étudiées devant avoir un effectif non négligeable.
- les forts consommateurs de fromages Label Rouge comme les 10 % plus forts ménages consommateurs : ils consomment plus de 0,32 kg/an/individu de fromages Labélisé.

Une étude rapide montre de façon nette que le fort consommateur d'un produit Label Rouge est plus souvent que la moyenne fort consommateur d'un autre produit Label Rouge. Cette tendance est loin d'être une généralité : tous les forts consommateurs d'un produit Label Rouge ne sont pas forts consommateurs d'un autre produit, loin s'en faut. En effet, le tableau suivant donne les "intersections" entre les différentes sous-populations de forts consommateurs.

	Forts consommateurs Poulets Label Rouge	Consommateurs Canards Label Rouge	Forts consommateurs Fromages Label Rouge
Forts consommateurs Poulets Label Rouge		15,6	16,2
Consommateurs Canards Label Rouge	17,8		16,8
Forts consommateurs Fromages Label Rouge	16,1	14,7	
ENSEMBLE	10,0	8,8	10,0

Guide de lecture : 15,6 % des forts consommateurs de poulets Label Rouge sont également forts consommateurs de canards Label Rouge (contre 8,8 % dans l'ensemble de la population).

Il est possible également de caractériser d'un point de vue sociodémographique les forts consommateurs des trois types de produits retenus grâce à une procédure mise au point au CRÉDOC.

Cette procédure consiste à sélectionner, pour un ensemble de critères descriptifs du ménage, les caractéristiques sur-représentées dans la sous population des consommateurs (ou des non consommateurs).

Les caractéristiques sont classées par ordre décroissant de niveau de signification. Ce tableau permet donc de dégager le profil "type" des ménages forts consommateurs de poulets Label Rouge :

- personnes âgées ;
- habitant en agglomération parisienne ou en grandes villes ;
- situation économique aisée.

Caractérisation sociodémographique des forts consommateurs de POULETS Label Rouge

Caractéristiques		Forts consommateurs (%)	Ensemble de la population (%)
<i>Caractéristiques sur-représentées</i>			
Nombre d'enfants de 0 à 5 ans	0	94,7	82,8
Nombre de personnes au foyer	2	51,3	34,4
CSP du chef de famille	Retraité	44,2	31,6
Zone d'Etude et d'Aménagement du Territoire	Ile de France	29,6	19,4
Composition du ménage	Couple seul, chef de famille de moins de 65 ans	27,4	17,7
Taille d'agglomération	Agglomération de Paris	26,7	17,2
Catégorie socio-économique	Aisée	23,5	15,0
Âge du chef de famille	Plus de 60 ans	44,7	34,4
Nombre d'enfants de 6 à 15 ans	0	82,2	73,2
Âge de la ménagère	Plus de 60 ans	39,2	30,3
Composition du ménage	Couple seul, chef de famille de plus de 65 ans	17,3	12,0
CSP de la ménagère	Retraité	26,4	20,0
Diplôme général de la ménagère	CEP, DFEO	33,6	27,7
Âge de la ménagère	De 50 à 60 ans	20,4	15,7
Âge du chef de famille	De 50 à 60 ans	18,7	14,7
Taille d'agglomération	UU 100 000 à 199 999 hab.	9,3	7,0
CSP du chef de famille	Cadre et prof. intellectuelle	10,5	8,6
Composition du ménage	Personne seule > 65 ans	11,4	9,6
Diplôme général de la ménagère	BEPC, BE, BEPS	14,4	13,3
CSP du chef de famille	Employé	11,8	11,1
Taille d'agglomération	UU 2 000 à 4 999 hab.	6,4	6,0
Diplôme général de la ménagère	BAC général, BS	11,2	10,8
CSP de la ménagère	Employé	26,8	26,3

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Guide de lecture : (6e ligne), alors que dans la population totale, 17 % des ménages habitent l'agglomération parisienne (colonne "Ensemble de la population"), 26,7 % des ménages forts consommateurs de poulets Label Rouge sont des ménages habitant l'agglomération parisienne (colonne "Forts consommateurs").

On peut de même caractériser la sous-population des consommateurs de canards Label Rouge. Notons à ce propos que dans ce cas précis, le niveau de consommation de chaque ménage n'intervient pas dans cette caractérisation. Tout ménage qui a acheté du canard Label Rouge en 1992, en quelle quantité que ce soit, fait partie de la sous-population étudiée ci-dessous.

On retrouve là encore des consommateurs ayant une situation économique aisée (21 %) mais également d'un niveau moyen supérieur (32 %), des personnes âgées de plus de 50 ans, habitant en Ile de France ou dans le Sud-Ouest (régions administratives de l'Aquitaine, du Midi-Pyrénées et du Limousin), zone géographique dans laquelle le canard fait partie des spécialités gastronomiques.

Caractérisation sociodémographique des forts consommateurs de CANARDS Label Rouge

Caractéristiques		Forts consommateurs (%)	Ensemble de la population (%)
<i>Caractéristiques sur-représentées</i>			
Nombre de personnes au foyer	2	43,9	34,4
Age du chef de famille	Plus de 60 ans	43,2	34,4
CSP du chef de famille	Retraités	40,2	31,6
Zone d'Etude d'Aménagement du Territoire	Ile de France	26,7	19,4
Nombre d'enfants de 0 à 5 ans	0	88,7	82,8
Catégorie socio-économique	Aisée	21,1	15,0
Composition du ménage	Couple seul chef de famille de plus de 65 ans	17,5	12,0
Taille d'agglomération	Agglomération de Paris	23,1	17,2
Nombre d'enfants de 6 à 15 ans	0	79,2	73,2
Age de la ménagère	Plus de 60 ans	36,1	30,3
Age de la ménagère	50 à 60 ans	20,3	15,7
Nombre de personnes au foyer	3	23,9	19,1
Zone d'Etude d'Aménagement du Territoire	Sud-Ouest	14,1	10,6
CSP du chef de famille	Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	7,9	5,4
Sexe du chef de famille	Chef de ménage homme	79,3	74,9
CSP de la ménagère	Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	3,3	1,9
Diplôme général de la ménagère	BEPC, BE, BEPS	16,3	13,3
Taille d'agglomération	UU 20 000 à 49 999 hab.	8,9	6,8
Taille d'agglomération	UU 10 000 à 19 999 hab.	6,5	4,7
CSP du chef de famille	Cadre et prof. intellectuelle	10,9	8,6
Composition du ménage	Couple seul, chef de famille de moins de 65 ans	19,5	17,7
CSP de la ménagère	Autre inactif	32,3	30,5
Catégorie socio-économique	Moyenne supérieure	31,7	30,0
CSP de la ménagère	Retraitée	21,2	20,0
Diplôme général de la ménagère	BAC général, BS	11,8	10,8
Age du chef de famille	50 à 60 ans	15,4	14,7
Diplôme général de la ménagère	Aucun diplôme	12,0	11,6
CSP de la ménagère	Cadre et prof. intellectuelle	3,4	3,2

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Guide de lecture : (2e ligne), 43 % des chefs de ménage consommateurs de canards Label Rouge ont plus de 60 ans (contre seulement 34 % dans l'ensemble de la population).

Caractérisation sociodémographique des forts consommateurs de FROMAGES Label Rouge

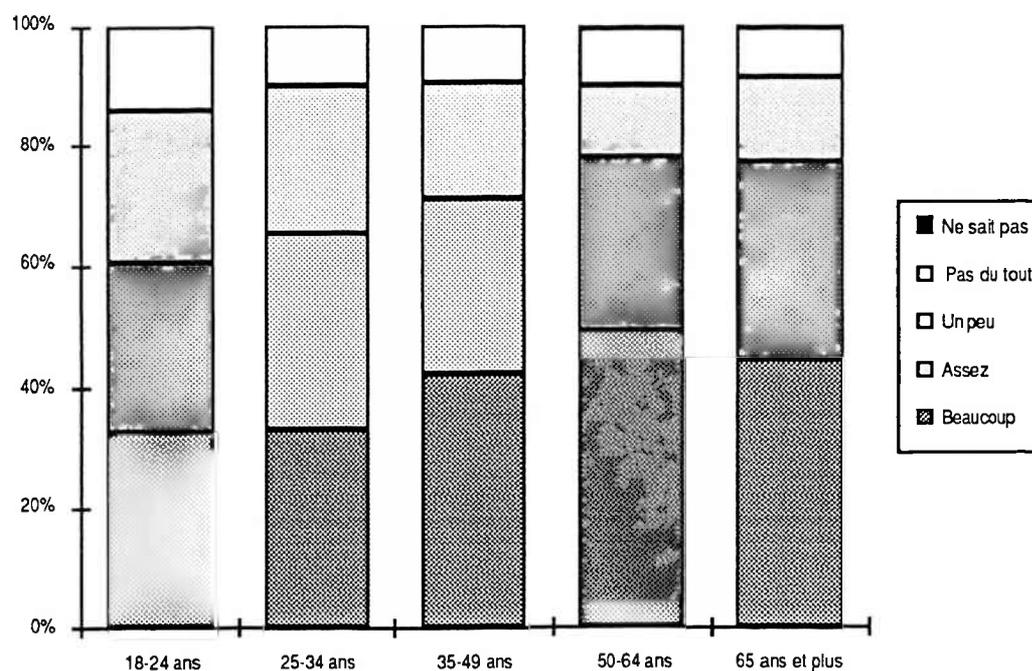
Caractéristiques		Forts consommateurs (%)	Ensemble de la population (%)
<i>Caractéristiques sur-représentées</i>			
Nombre d'enfants de 0 à 5 ans	0	94,6	82,8
Catégorie socio-économique	Aisée	26,4	15,0
Age du chef de famille	Plus de 60 ans	47,9	34,4
Nombre d'enfants de 6 à 15 ans	0	84,3	73,2
CSP du chef de famille	Retraité	43,3	31,6
Age de la ménagère	Plus de 60 ans	41,7	30,3
Nombre de personnes au foyer	1	27,3	19,4
CSP de la ménagère	Retraité	26,6	20,0
Age de la ménagère	De 50 à 60 ans	20,9	15,7
Composition du ménage	Couple seul, chef de famille de plus de 65 ans	16,7	12,0
Composition du ménage	Personne seule > 65 ans	13,7	9,6
Sexe du chef de famille	Chef de ménage femme	30,6	25,1
Diplôme général de la ménagère	BAC général, BS	14,7	10,8
Composition du ménage	Personne seule < 65 ans	13,3	9,6
Nombre de personnes au foyer	2	40,0	34,4
Age du chef de famille	De 50 à 60 ans	18,4	14,7
Zone d'Etude d'Aménagement du Territoire	Sud-Ouest	13,5	10,6
Diplôme général de la ménagère	CEP, DFEO	31,6	27,7
CSP du chef de famille	Cadre et prof. intellectuelle	11,1	8,6
Taille d'agglomération	UU 100 000 a 199 999 hab.	9,1	7,0
Taille d'agglomération	UU de 200 000 hab. et +	24,1	21,1
Taille d'agglomération	UU 5 000 a 9 999 hab.	6,6	5,2
CSP de la ménagère	Cadre et prof. intellectuelle	4,3	3,2
CSP du chef de famille	Autre inactif	5,9	4,8
CSP de la ménagère	Prof. intermédiaire	10,9	9,8
Zone d'Étude D'Aménagement du Territoire	Méditerranée	13,1	12,1
Zone d'Étude D'Aménagement du Territoire	Nord	7,1	6,5
CSP de la ménagère	Autre inactif	31,5	30,5
CSP du chef de famille	Prof. intermédiaire	14,3	13,5

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Ces forts consommateurs de fromages Label Rouge sont typiquement des personnes âgées, aisées, habitant, non pas la région parisienne comme les forts consommateurs de poulets et canards Label Rouge, mais les zones du Sud-Ouest, de la Méditerranée (régions de Languedoc, de Provence-Côte d'Azur et Corse) et du Nord.

En conclusion, les forts consommateurs de produits Label Rouge quels qu'ils soient, se retrouvent nombreux dans les catégories sociales favorisées (niveau socio-économique élevé), en Ile de France et dans le Sud de la France. Par ailleurs, il ressort clairement de cette analyse que les personnes âgées sont sur-représentées parmi les amateurs de produits Label Rouge. C'est un résultat que l'on retrouve dans d'autres enquêtes menées au CRÉDOC. En particulier, l'enquête Consommation réalisée par le CRÉDOC en janvier 1994 montre que les personnes âgées sont plus nombreuses à déclarer être sensibles à la présence d'un label de qualité :

Êtes-vous incité à l'achat parce que le produit a un label de qualité ?



Source : CRÉDOC, Enquête Consommation janvier 1994

Au vu des résultats précédents qui décèlent certaines différences (régionales entre autres) entre les trois sous-populations de forts consommateurs, nous continuerons à étudier celles-ci séparément par la suite.

5. QUE CONSOMMENT LES MÉNAGES FORTS CONSOMMATEURS DE PRODUITS LABEL ROUGE ?

L'objet de cette étude est de mieux cerner ce que les forts consommateurs de produits Label Rouge consomment de façon plus importante que l'ensemble de la population. Pour cela, nous avons retenu plusieurs types de produits et, pour chacun de ces produits, nous avons comparé les consommations moyennes entre les trois sous-populations suivantes¹ :

- non consommateurs de produits Label Rouge (consommation moyenne m_0)
- consommateurs de produits Label Rouge (consommation moyenne m_1)
- forts consommateurs de produits Label Rouge (consommation moyenne m_2)

MÉTHODE

Pour comparer les trois moyennes de consommation annuelle du produit P, nous avons utilisé la méthode de l'analyse de la variance - explicitée en Annexe 2 -.

Dans le tableau suivant, **Prob** représente la probabilité de se tromper en refusant l'hypothèse nulle : *les moyennes sont égales sur les trois sous-populations*. ($m_0 = m_1 = m_2$) ; **F** est la valeur prise par la statistique utilisée (statistique de Fisher) pour tester l'hypothèse précédente.

On a donc :

- si Prob élevé (proche de 1)
 - => $m_0 = m_1 = m_2$
 - => pas de différences significatives de consommation du produit P.
- si Prob faible ($< 0,01^2$)
 - => $m_0 \neq m_1$ ou $m_0 \neq m_2$ ou $m_1 \neq m_2$
 - => différences significatives de consommation du produit P
 - => si $m_2 > m_1$ et $m_2 > m_0$: les forts consommateurs de produits Label Rouge consomment plus de produit P que le reste de la population.

Or nous avons vu dans le paragraphe précédent que les forts consommateurs de poulets n'étaient pas les mêmes que les consommateurs de canards, ni que les forts consommateurs de fromages Label Rouge. Ce résultat nous a amené à faire trois études distinctes. Certains produits n'ont pas pu être pris en compte dans cette étude : les viandes rouges, les pains et viennoiseries, les farines et les charcuteries (sauf pâtés, foies gras et jambons).

¹ Dans le cas des canards et canes Label Rouge, seules deux sous-populations (consommateurs et non-consommateurs de canards Label Rouge) ont été définies. L'analyse de la variance va donc tester l'égalité entre deux moyennes.

² Ce choix est arbitraire mais permet de sélectionner les différences les plus significatives.

5.1. Les autres consommations des forts consommateurs de poulets Label Rouge

Les forts consommateurs de poulets Label Rouge achètent des produits très typés.

Au total, près de 150 types de produit ont été testés. Le tableau suivant présente les résultats classés par ordre décroissant des écarts entre les forts consommateurs et les autres groupes. Seuls les produits pour lesquels on mesure une différence très significative de consommation entre les trois sous-populations ($\text{Prob} \leq 0,0001$) ont été rapportés dans le tableau suivant.

Parmi les produits fortement consommés par les forts consommateurs de **poulets Label Rouge**, on peut noter la présence de produits de luxe : crabes, gambas, coquilles Saint Jacques, autres crustacés, champagne, whisky, chapon, etc.

Il est certain que parmi les forts consommateurs, on retrouve en majorité des personnes appartenant à des catégories socio-économiques aisées (cf. Tableau "Caractérisation sociodémographique des forts consommateurs de poulets Label Rouge) qui ont une certaine liberté financière qui permet l'achat régulier de produits Label Rouge de meilleure qualité et donc plus chers que les autres produits. On ne s'étonnera pas donc de trouver dans les premières places des produits consommés, des produits parmi les plus chers.

Parmi les groupes de produits sur-représentés, on peut citer :

- *des produits de la mer* : poissons frais, poissons séchés ou fumés, crustacés, mollusques ;
- *des fruits et légumes* : pommes de terre, céleri-rave, tomates, conserves de légumes, oranges, endives, fraises, asperges ;
- *des fromages* : camembert, maasdam, fromage des Pyrénées, beaufort, gruyère. Il est intéressant de souligner que les fromages bénéficiant d'un Label Rouge sont davantage achetés par les forts consommateurs de poulets Label Rouge, ce qui tend à confirmer notre hypothèse d'une sensibilité "générale" au Label Rouge chez ces consommateurs.
- *le jambon surchoix et jambon cru*
- *d'autres volailles ou viandes blanches* : lapin, pintade, dindes, chapons, grives, autres volailles ;
- *les oeufs* ;
- *des vins* : vin rouge, champagne, vin doux naturel.

A noter une moindre consommation de lait entier, jambon premier choix, épaule, poissons panés et sucre en morceaux.

Consommations moyennes par individu et par an de POULETS Label Rouge

Produit P	Unité	Moyenne des non consommateurs de poulets Label Rouge	Moyenne des consommateurs de poulets ¹ Label Rouge	Moyenne des forts consommateurs de poulets Label Rouge	Prob	F	(*)
Poulets	kg	3,68	5,63	11,09	0,0001	638,45	+
Poissons de mer	kg	2,63	3,05	5,15	0,0001	62,72	+
Jambon surchoix	kg	0,12	0,22	0,32	0,0001	50,22	+
Poisson séché	kg	0,265	0,294	0,501	0,0001	44,11	+
Camembert	kg	1,83	1,80	2,95	0,0001	43,41	+
Pintade	kg	0,46	0,58	1,01	0,0001	38,18	+
Lapin	kg	1,0	1,3	1,7	0,0001	37,92	+
Coquilles Saint Jacques	kg	0,144	0,199	0,590	0,0001	37,01	+
Dinde	kg	2,06	2,48	3,04	0,0001	35,65	+
Gambas	kg	0,163	0,237	0,356	0,0001	34,58	+
Vin rouge	l	18,6	17,4	29,1	0,0001	34,31	+
Pommes de terre	kg	7,99	10,88	15,13	0,0001	32,69	+
Canards et canes	kg	0,44	0,55	0,86	0,0001	30,97	+
Crabe	kg	0,178	0,309	0,614	0,0001	30,67	+
Champagne	l	0,47	0,63	1,42	0,0001	29,51	+
Chapon	kg	0,031	0,072	0,130	0,0001	29,28	+
Autres crustacés	kg	0,014	0,025	0,084	0,0001	28,49	+
Conserves de légumes	boîte 4/4	9,69	11,64	11,95	0,0001	28,21	+/=
Tomates	kg	3,14	3,42	5,07	0,0001	27,28	+
Autres légumes frais (autres que pommes de terre, salades, endives, tomates, ail, artichaut, asperges, aubergines, betteraves, brocoli, céleri-rave)	kg	7,52	8,88	13,05	0,0001	26,83	+

.../...

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

(*) + : signifie que les forts consommateurs de Poulets Label Rouge consomment de façon significative plus de produit P que les autres consommateurs ;

+/= : signifie que les forts consommateurs de Poulets Label Rouge consomment de façon significative plus de produit P que les non-consommateurs mais autant que les autres consommateurs (qui ne sont pas des forts consommateurs).

¹ Consommateurs qui ne sont pas de forts consommateurs.

Consommations moyennes par individu et par an de POULETS Label Rouge (fin)

Produit P	Unité	Moyenne des non consommateurs de poulets Label Rouge	Moyenne des consommateurs de poulets Label Rouge	Moyenne des forts consommateurs de poulets Label Rouge	Prob	F	
Whisky	l	0,45	0,63	0,97	0,0001	21,37	+
Salades en sachet	kg	0,124	0,202	0,239	0,0001	19,86	+
Vin doux	l	0,013	0,010	0,057	0,0001	19,02	+
Maasdam	kg	0,32	0,36	0,58	0,0001	18,7	+
Autres fruits frais (autres que pommes, poires, pêches, raisin, abricot, cerise, fraise, framboise, orange, pamplemousse)	kg	5,46	5,74	7,96	0,0001	17,60	+
Jambon cuit	kg	2,45	2,47	3,10	0,0001	17,28	+
Jambon cru	kg	0,39	0,44	0,60	0,0001	16,52	+
Fromage des Pyrénées	kg	0,077	0,060	0,151	0,0001	16,13	+
Oranges	kg	3,11	3,24	5,11	0,0001	16,03	+
Surimi	kg	0,025	0,048	0,033	0,0001	15,33	=/-
Lait entier	l	11,46	8,28	7,16	0,0001	14,37	-
Beurre salé	kg	1,71	1,27	1,25	0,0001	14,10	+
Jambon premier choix	kg	0,17	0,20	0,08	0,0001	14,09	-
Beaufort	kg	0,050	0,092	0,123	0,0001	13,60	+
Moules	kg	0,877	1,020	1,403	0,0001	13,50	+
Café torréfié	kg	2,8	2,6	3,0	0,0001	13,17	+
Chicorée	kg	0,23	0,15	0,20	0,0001	12,6	=/+
Endives	kg	1,67	1,87	2,47	0,0001	12,53	+
Mousseux	l	0,67	0,64	1,18	0,0001	12,51	+
Pigeons	kg	0,037	0,035	0,10	0,0001	12,41	+
Vermouth	l	0,16	0,21	0,33	0,0001	12,3	+
Gruyère	kg	5,8	6,6	5,9	0,0001	12,19	=/-
Pamplemousse	kg	0,79	0,83	1,56	0,0001	12,12	+
Fraises	kg	0,42	0,47	0,72	0,0001	11,86	+
Poule	kg	0,19	0,24	0,31	0,0001	11,7	+
Salades	kg	2,17	2,33	3,22	0,0001	11,39	+
Fromage à tartiner	kg	0,31	0,31	0,43	0,0001	11,37	+
Sucre en morceaux	kg	3,76	3,32	3,37	0,0001	10,87	-/=
Lait écrémé	l	2,57	2,96	5,39	0,0001	10,15	+
Porto	l	0,22	0,23	0,42	0,0001	9,66	+
Asperges	kg	0,167	0,211	0,309	0,0001	9,65	+
Pont l'Évêque	kg	0,026	0,032	0,062	0,0001	9,12	+

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

5.2. Les autres consommations des consommateurs de canards Label Rouge

Contrairement aux forts consommateurs de poulets Label Rouge, les produits de luxe n'apparaissent plus en première position. Ils semblent laisser place à des produits plus simples, appartenant sans doute à une alimentation plus régionale. Ainsi, les produits de la ferme : volailles —pintade, poulets—, lapin et oeufs sont consommés en quantité plus importante par les consommateurs de canards et canes Label Rouge. On peut rappeler là encore que ce sont des produits fortement consommés dans la région du Sud-Ouest, région dans laquelle, nous l'avons vu précédemment, sont sur-représentés les consommateurs de canards Label Rouge.

Dans la catégorie des produits de la mer, les poissons de mer sont également pour ces consommateurs des produits fortement consommés.

Le fromage rencontre également un succès parmi cette sous-population, et particulièrement le Brie, le fromage des Pyrénées, le Beaufort, le Roquefort et le bleu, ainsi que le fromage de chèvre.

Comme pour les forts consommateurs de poulets Label Rouge, ce sont le jambon premier choix et l'épaule qui sont consommés en moindres quantités. Il faut rajouter à cette liste les sodas et la pâte chocolatée.

Consommations moyennes par individu et par an de CANARDS Label Rouge

Produit P	Unité	Moyenne des non consommateurs de canards Label Rouge	Moyenne des consommateurs de canards Label Rouge	Prob	F	
Canards et canes	kg	0,409	1,825	0,0001	791,63	+
Pintade	kg	0,485	1,328	0,0001	188,23	+
Poisson séché	kg	0,28	0,50	0,0001	81,48	+
Poulets	kg	4,97	6,94	0,0001	78,32	+
Jambon cru	kg	0,405	0,724	0,0001	76,34	+
Lapin	kg	1,132	1,836	0,0001	65,22	+
Jambon surchoix	kg	0,166	0,346	0,0001	65,18	+
Poissons de mer	kg	2,89	4,46	0,0001	51,20	+
Oeufs	unité	107	132	0,0001	39,96	+
Brie	kg	0,470	0,721	0,0001	39,87	+
Poissons panés	kg	0,005	0,020	0,0001	37,05	+
Autres légumes frais (autres que pommes de terre, salades, endives, tomates, ail, artichaut, asperges, aubergines, betteraves, brocoli, céleri-rave)	kg	8,19	12,68	0,0001	36,07	+
Fraises	kg	0,441	0,794	0,0001	34,57	+
Foie gras oie	kg	0,0086	0,0236	0,0001	31,75	+
Endives	kg	1,75	2,64	0,0001	31,75	+
Autre volaille (autre que canards, canes, coq, oie, pigeon, pintade, poule, chapon)	kg	0,061	0,131	0,0001	30,68	+
Whisky	l	0,53	0,99	0,0001	29,72	+
Poule	kg	0,208	0,368	0,0001	29,25	
Fromage des Pyrénées	kg	0,069	0,152	0,0001	28,77	+
Crème glacée	l	0,94	1,39	0,0001	26,89	+
Beaufort	kg	0,066	0,156	0,0001	26,64	+
Roquefort et bleu	kg	0,810	1,209	0,0001	26,59	+
Fromage de chèvre	kg	0,508	0,772	0,0001	23,44	+
Moules	kg	0,94	1,42	0,0001	22,61	+
Céleri-rave	kg	2,21	3,24	0,0001	22,57	+

.../...

Consommations moyennes par individu et par an de CANARDS Label Rouge (fin)

Produit P	Unité	Moyenne des non consommateurs de canards Label Rouge	Moyenne des consommateurs de canards Label Rouge	Prob	F	
Huile raisins de pépins	l	0,064	0,198	0,0001	22,49	+
Crabe	kg	0,249	0,514	0,0001	22,21	+
Ail	kg	0,12	0,21	0,0001	22,20	+
Autres fruits frais (autres que pommes, poires, pêches, raisin, abricot, cerise, fraise, framboise, orange, pamplemousse)	kg	5,63	7,55	0,0001	21,99	+
Pamplemousse	kg	0,82	1,51	0,0001	20,77	+
Pont l'Évêque	kg	0,029	0,064	0,0001	19,13	+
Salades	kg	2,25	3,18	0,0001	19,06	+
Poudre chocolatée	kg	0,714	0,945	0,0001	18,47	+
Vin rouge	l	18,5	24,3	0,0001	18,06	+
Jambon premier choix	kg	0,181	0,092	0,0001	18,06	-
Autre fromage pâte molle (autre que Pont l'évêque, Munster, Brie, Coulommiers, camembert)	kg	0,738	0,954	0,0001	17,45	+
Emmental	kg	1,23	1,53	0,0001	16,10	+
Tomates	kg	3,34	4,36	0,0001	16,06	+
Épaule	kg	0,146	0,069	0,0001	14,92	-
Glaces autres que crème glacée, sorbets, bûche glacée	l	0,05	0,09	0,0001	14,75	+
Fromage à tartiner	kg	0,312	0,411	0,0001	14,71	+

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

5.3. Les autres consommations des forts consommateurs de fromages Label Rouge

On retrouve d'une certaine manière les produits cités précédemment mais on décèle tout de même quelques différences de consommation. Le fromage, quel qu'il soit, semble être un produit très apprécié des forts consommateurs de fromages Label Rouge. On comprendra aisément que ces consommateurs, amateurs de bon fromage, recherchent à travers le label, une garantie de qualité. Notons parmi les fromages fortement consommés, le Brie, le maasdam et le fromage de chèvre.

Les viandes blanches (pintades, lapins, canards) et les produits de la mer (poissons, poissons séchés ou fumés, gambas, coquilles Saint Jacques, moules) sont une fois encore surconsommés par les forts consommateurs de fromages Label Rouge.

Les fruits —fraises, pommes ou autres fruits—, ainsi que les légumes —salades, endives, tomates, ...— sont également consommés de façon plus importante par les forts consommateurs de fromages Label Rouge.

Les produits moins consommés par les forts consommateurs de fromages Label Rouge sont : les conserves de légumes, les apéritifs anisés, la dinde, l'épaule, le jambon surchoix, le Beaufort, la bûche glacée et les poissons de rivière.

Consommations moyennes par individu et par an de FROMAGES Label Rouge

Produit P	Unité	Moyenne des non consommateurs de fromages Label Rouge	Moyenne des consommateurs de fromages Label Rouge	Moyenne des forts consommateurs de fromages Label Rouge	Prob	F	
Emmental français	kg	1,67	2,15	3,84	0,0001	318,09	+
Gruyère (y compris emmental)	kg	5,48	6,93	10,38	0,0001	167,74	+
Fromage des Pyrénées	kg	0,056	0,083	0,237	0,0001	67,36	+
Pintade	kg	0,50	0,50	1,13	0,0001	50,99	+
Jambon cuit	kg	2,455	2,345	3,455	0,0001	44,38	+
Lapin	kg	1,118	1,155	1,933	0,0001	42,39	+
Fraises	kg	0,399	0,561	0,923	0,0001	40,29	+
Brie	kg	0,454	0,557	0,673	0,0001	37,12	+
Noix	kg	0,167	0,226	0,476	0,0001	35,41	+
Conserves de légumes	boîte 4/4	10,10	12,87	11,53	0,0001	32,55	+/-
Sorbets	l	0,40	0,57	0,68	0,0001	30,23	+
Salades	kg	2,17	2,29	3,85	0,0001	29,71	+
Oeufs	unité	106	109	137	0,0001	29,48	+
Poissons de mer	kg	2,85	3,01	4,57	0,0001	29,18	+
Maasdam	kg	0,325	0,360	0,577	0,0001	28,89	+
Autres fruits frais (autres que pommes, poires, pêches, raisin, abricot, cerise, fraise, framboise, orange, pamplemousse)	kg	5,51	5,65	8,62	0,0001	27,95	+
Framboise	kg	0,014	0,019	0,076	0,0001	26,70	+
Crème glacée	l	0,89	1,10	1,50	0,0001	26,31	+
Fromage de chèvre	kg	0,485	0,560	0,873	0,0001	24,85	+
Autre fromage pâte molle (autre que Pont l'évêque, Munster, Brie, Coulommiers, camembert)	kg	0,699	0,875	1,00	0,0001	24,48	
Poisson séché	kg	0,285	0,277	0,447	0,0001	24,34	+
Champagne	l	0,53	0,62	1,38	0,0001	23,82	+
Endives	kg	1,77	1,62	2,78	0,0001	22,33	+
Pommes	kg	5,28	5,20	8,25	0,0001	20,17	+
Oeufs	unité	104	111	132	0,0001	24,72	+
Céleri-rave	kg	2,02	2,38	3,50	0,0001	22,40	+
Autre volaille (autre que canards, canes, coq, oie, pigeon, pintade, poule, chapon)	kg	0,05	0,07	0,14	0,0001	22,22	+

.../...

Consommations moyennes par individu et par an de FROMAGES Label Rouge (fin)

Produit P	Unité	Moyenne des non consommateurs de fromages Label Rouge	Moyenne des consommateurs de fromages Label Rouge	Moyenne des forts consommateurs de fromages Label Rouge	Prob	F	
Roquefort et bleu	kg	0,78	0,92	1,25	0,0001	19,37	+
Porto	l	0,23	0,18	0,49	0,0001	19,12	+
Vin rouge	l	17,78	21,01	25,42	0,0001	17,95	+
Whisky	l	0,49	0,84	0,71	0,0001	17,51	+/-
Autres légumes frais (autres que pommes de terre, salades, endives, tomates, ail, artichaut, asperges, aubergines, betteraves, brocoli, céleri-rave)	kg	8,07	8,80	12,55	0,0001	17,40	+
Gambas	kg	0,193	0,231	0,333	0,0001	16,34	+
Jambon cru	kg	0,407	0,452	0,612	0,0001	15,51	+
Poires	kg	1,44	1,42	2,30	0,0001	14,34	+
Tomates	kg	3,26	3,55	4,62	0,0001	13,94	+
Glaces autres que crème glacée, sorbets, bûche glacée	l	0,045	0,078	0,074	0,0001	13,88	+/-
Betteraves	kg	0,176	0,149	0,316	0,0001	12,98	+
Canards et canes	kg	0,486	0,599	0,730	0,0001	12,89	+
Apéritifs anisés	l	0,79	1,11	0,87	0,0001	12,65	+/-
Coquilles Saint Jacques	kg	0,187	0,169	0,440	0,0001	12,62	+
Moules	kg	0,94	0,94	1,45	0,0001	12,62	+
Foie gras oie	kg	0,0085	0,0097	0,0220	0,0001	12,31	+
Mimolette	kg	0,160	0,185	0,285	0,0001	12,19	+
Oursins	kg	0,0043	0,0038	0,0340	0,0001	11,99	+
Comté	kg	1,35	0,83	1,60	0,0001	11,25	+/-
Ail	kg	0,127	0,117	0,208	0,0001	11,21	+
Huile de soja	l	0,024	0,031	0,108	0,0001	10,97	+
Aubergines	kg	0,142	0,234	0,296	0,0001	10,86	+
Pêches	kg	1,63	1,61	2,32	0,0001	10,76	+
Potages déshydratés	kg	3,25	3,51	4,68	0,0001	10,14	+
Café torréfié	kg	2,71	2,72	3,23	0,0001	9,77	+
Anchois en conserve	kg	0,016	0,018	0,030	0,0001	9,61	+
Huile d'arachide	l	0,627	0,760	0,956	0,0001	9,52	+
Fromage à tartiner	kg	0,305	0,342	0,412	0,0001	9,29	+

Observatoire des Consommations Alimentaires, juin 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

5.4. Conclusion générale

Si l'on tient compte de la présence ou l'absence d'autres dispositifs de certification de qualité (A.O.C., labels régionaux, ...), il semble que des potentialités de certification existent notamment dans les domaines :

- des crustacés et des poissons
- des fruits et légumes frais
- des oeufs
- des fromages et des oeufs ;
- des viandes blanches (chapons, pintades, lapins).

L'élargissement progressif de la sphère "historique" du Label Rouge semble aussi très intéressant **dans le domaine des volailles et de la charcuterie, mais aussi pour le lapin** qui est très prisé par les forts consommateurs de tous types de produits Label Rouge.

Ces résultats dépendent peu de la méthode statistique utilisée. Ils sont en effet confirmés par une autre étude que nous ne détaillerons pas ici et qui a été basée sur l'analyse de la régularité de consommation de produits Label Rouge.

Nous avons aussi cherché à voir quels produits étaient achetés régulièrement par les consommateurs de produits Label Rouge. Nous définissons comme ménage consommateur régulier de produits Label Rouge, tout ménage ayant acheté au moins une fois au cours de chacun des quatre trimestres, l'un quelconque des produits Label Rouge repérés dans la base. Seuls ont été pris en compte les produits suivis par SÉCODIP tout au long de l'année et les produits non saisonniers.

Concernant les produits Label Rouge repérés dans la base, 13 % des ménages en ont acheté régulièrement. La caractérisation de ces consommateurs réguliers de produits labelisés nous permet de retrouver une liste assez comparable d'autres produits consommés régulièrement. Les résultats sont donnés en Annexe 3.

Les enseignements de cette étude apparaissent donc robustes. Ils sont cependant provisoires et il sera intéressant de les renouveler une fois obtenue une information plus large permettant d'identifier plus rigoureusement les produits sous label.

ANNEXES

Annexe 1 : Structure socio-démographique du panel SÉCODIP en 1992

Age du chef de ménage

	Panel SÉCODIP en 1992	INSEE 1991
Moins de 25 ans	2,5	4,1
De 25 à 34 ans	18,1	18,4
De 35 à 44 ans	22,1	21,6
De 45 à 54 ans	14,7	15,1
De 55 à 64 ans	16,6	15,8
De 65 à 74 ans	17,6	12,6
75 ans et plus	8,4	12,5

Observatoire des Consommations Alimentaires, janvier 1994
(Source : SÉCODIP 1992, traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1)

Taille du ménage

	Panel SÉCODIP en 1992	INSEE 1991
1 personne	19,1	27,1
2 personnes	33,8	29,6
3 personnes	19,1	17,7
4 personnes	17,4	15,7
5 personnes	7,2	6,7
6 personnes et plus	3,4	3,2

Observatoire des Consommations Alimentaires, janvier 1994
(Source : SÉCODIP 1992, traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1)

PCS du chef de ménage

	Panel SÉCODIP en 1992	INSEE 1991
Agriculteurs	3,3	2,5
Artisans, commerçants, chef ent.	5,4	5,8
Cadres sup. et professions libér.	8,7	9,4
Professions intermédiaires	13,5	13,2
Employés	11,1	10,4
Ouvriers	21,6	22,0
Retraités	31,6	36,7
Autres inactifs	4,8	

Observatoire des Consommations Alimentaires, janvier 1994
(Source : SÉCODIP 1992, traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1)

Catégorie de commune

	Panel SÉCODIP en 1992	INSEE 1991
Communes rurales, -2000 hab.	25,4	24,4
UU de moins de 10 000 hab.	11,1	58,0
UU de 10 000 à 49 999 hab.	11,5	
UU de 50 000 à 199 999 hab.	13,7	
UU de 200 000 hab. et plus	21,1	
Agglomération parisienne	17,2	17,5

Observatoire des Consommations Alimentaires, janvier 1994
(Source : SÉCODIP 1992, traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.4)

Annexe 2 : L'analyse de la variance

L'analyse de la variance permet de tester si deux ou plusieurs moyennes sont significativement différentes. Cette méthode utilise le modèle où la variable dépendante est la variable continue *quantité consommée* pour chaque ménage et les variables indépendantes sont les variables binaires *appartenance au groupe des forts consommateurs* (est égale à 1 si oui, 0 si non), *appartenance au groupe des non-consommateurs* (est égale à 1 si oui, 0 si non), *appartenance au groupe des consommateurs* (est égale à 1 si oui, 0 si non). Elle permet de tester si le fait d'être fort consommateur de produits labelisés a un effet significatif sur la quantité consommée d'un produit P.

Le modèle d'analyse de variance peut s'écrire comme un modèle linéaire¹ :

Pour le produit P :

$$q_{te_i} = \mu_0 + \mu_1 * 1_{[conso]}(i) + \mu_2 * 1_{[surconso]}(i) + \epsilon_i$$

- où q_{te_i} : est la quantité de produit P achetée par le ménage i
 $1_{[conso]}$: est l'indicatrice *appartenance au groupe des consommateurs*
 $1_{[surconso]}$: est l'indicatrice *appartenance au groupe des forts consommateurs*
 ($1_{[surconso]}(i)$ est égale à 1 si le ménage i est fort consommateur, 0 sinon)
 μ_0 μ_1 et μ_2 : les coefficients à estimer.

On a :

$\mu_0 + \mu_2$ est égale à la consommation annuelle moyenne par individu du produit P des ménages forts consommateurs de produits Label Rouge ;

$\mu_0 + \mu_1$ est égale à la consommation annuelle moyenne par individu du produit P des ménages consommateurs de produits Label Rouge ;

μ_0 est la consommation annuelle moyenne par individu du produit P des ménages non consommateurs.

On veut tester :

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = 0$ soit "*le fait d'être consommateur et/ou fort consommateur de produits Label Rouge n'a aucun effet significatif sur la quantité consommée*".

¹ Il y a autant de modèles que de produits.

On teste H0 avec la statistique $F = SS/ddl$ (somme des carrés / nombre de degrés de liberté) qui permet d'étudier la variabilité associée aux sources de variation $1_{[conso]}$ et $1_{[surconso]}$.

$$SS = n_0 (\underline{qte_0} - \underline{qte})^2 + n_1 (\underline{qte_1} - \underline{qte})^2 + n_2 (\underline{qte_2} - \underline{qte})^2$$

où n_0 : nombre de ménages non forts consommateurs

n_1 : nombre de ménages consommateurs

n_2 : nombre de ménages forts consommateurs

$\underline{qte_0}$: quantité moyenne achetée par les non forts consommateurs

$\underline{qte_1}$: quantité moyenne achetée par les forts consommateurs

$\underline{qte_2}$: quantité moyenne achetée par les forts consommateurs

$ddl=2$ (pour les deux sources de variation).

Annexe 3 : Consommations régulières des consommateurs réguliers de produits Label Rouge

Consommateurs réguliers de produits Label Rouge	13.0 %
---	--------

Produit P	Consommation régulière de ce produit	Pourcentage horizontal	Pourcentage vertical	Pourcentage global
Camembert	Oui	17.3	66.0	49.6
Poissons de mer	Oui	17.9	55.4	40.1
Bleu	Oui	18.6	46.8	32.7
Fromage de Chèvre	Oui	19.6	39.2	25.9
Jambon cru	Oui	20.5	28.6	18.1
Whisky	Oui	25.8	14.8	7.4
Poisson séché / fumé	Oui	24.3	15.9	8.5
Vin rouge	Oui	17.1	48.9	37.2
Lapin	Oui	21.9	20.5	12.3
Oeufs	Oui	14.3	88.9	80.5
Dinde	Oui	16.3	51.0	40.5
Poudre chocolatée	Oui	19.6	21.4	14.1
Conserves de légumes	Oui	14.9	69.4	60.3
Autre fromage pâte molle	Oui	16.8	38.5	29.7
Maasdam	Oui	21.4	14.3	8.7
Pommes de terre	Oui	17.2	31.1	23.4
Pommes	Oui	16.7	33.6	26.2
Pintade	Oui	25.0	6.9	3.6
Autres fruits (fruits exotiques)	Oui	15.7	45.7	37.8
Jambon cuit	Oui	14.3	76.8	69.5
Lait écrémé	Oui	22.2	7.9	4.6
Coquillages	Oui	30.6	3.4	1.4
Fraises	Oui	54.9	1.3	0.3
Poires	Oui	18.5	15.4	10.8
Pamplemousse	Oui	20.9	9.1	5.7
Gambas	Oui	20.4	9.9	6.3
Hareng	Oui	39.4	1.9	0.6
Tomates	Oui	15.8	34.3	28.1
Noix	Oui	48.0	1.3	0.3
Brie	Oui	16.6	23.7	18.6
Crèmes glacées	Oui	21.9	6.5	3.8
Coulommiers	Oui	17.7	16.0	11.7
Céleri-rave	Oui	16.2	27.4	22.0
Céréales	Oui	16.6	21.6	16.9

.../...

Observatoire des Consommations Alimentaires, 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Guide de lecture : 1ère ligne : camembert

Pourcentage vertical : 66 % des consommateurs réguliers de produits Label Rouge consomment régulièrement du camembert.

Pourcentage global : 50 % des français consomment régulièrement des produits Label Rouge.

Pourcentage horizontal : 18 % des consommateurs réguliers de camembert consomment régulièrement des produits Label Rouge.

Consommations régulières des consommateurs réguliers de produits Label Rouge (fin)

Produit	Consom- mation régulière de ce produit	Pourcentage horizontal	Pourcentage vertical	Pourcentage global
Oranges	Oui	17.9	13.2	9.6
Coquilles Saint Jacques	Oui	54.2	0.8	0.2
Beurre doux	Oui	14.1	69.8	64.4
Chocolat	Oui	14.5	49.6	44.4
Pâtes	Oui	14.0	70.0	65.1
Jus de fruits	Oui	15.0	37.0	32.1
Surimi	Oui	28.7	2.0	0.9
Salades	Oui	15.1	30.9	26.5
Chocolat à tartiner	Oui	17.6	9.7	7.1
Lait demi-écrémé	Oui	13.8	73.0	68.6
Gouda	Oui	18.7	6.8	4.7
Yaourts	Oui	13.6	81.5	77.7
Salade préemballée	Oui	18.8	6.4	4.4
Brocoli	Oui	30.7	1.4	0.6
Vin blanc	Oui	16.5	12.5	9.8
<i>Riz basmati</i>	<i>Non</i>	<i>13.1</i>	<i>99.8</i>	<i>99.1</i>
Moutarde	Oui	15.1	25.5	21.9
<i>Épaule</i>	<i>Non</i>	<i>13.2</i>	<i>98.0</i>	<i>96.5</i>
Crabe	Oui	22.1	2.6	1.5
Huile d'arachide	Oui	16.9	7.7	5.9
Beaufort	Oui	34.3	0.7	0.3
Pigeon	Oui	40.5	0.5	0.2
Crème fraîche	Oui	13.8	57.4	53.9
Sodas	Oui	14.5	31.6	28.4
Pont l'Évêque	Oui	25.1	1.3	0.7
Autre gruyère	Oui	100.0	0.1	0.0
Mimolette	Oui	16.5	8.2	6.4

Observatoire des Consommations Alimentaires, 1994
(Traitement CRÉDOC, méthode D4.1 - P1.1 - F1.1)

Annexe 4 : Liste des produits LABELS ROUGES non présents dans la base de l'OCA

• Secteur AVICOLE

- pintade jaune fermière
- dinde fermière de Noël
- caille jaune
- caille de Challans
- foie gras cru et produits de découpe de canard mulard fermier gavé
- foie gras cru et produits de découpe d'oie grasse fermière
- chapon fermier
- poularde fermière
- oie fermière à rôtir

• Secteur CHARCUTERIE - SALAISON

- pâté de campagne
- pâté de foie
- pâté de chair
- pâté de jambon
- pâté en croûte
- rillettes du Mans
- saucisson cuit
- saucissons secs
- saucisses mi-sèches
- andouillettes
- jambon cru
- jambon cuit de porc fermier
- jambon sec
- saucisses fraîches
- saucisses de Toulouse
- chipolata de Toulouse
- jésus
- rosette
- longe séchée
- noix d'épaule séchée
- jambon de Bayonne
- jambon sel sec de qualité supérieure
- poitrine sèche
- chair à saucisse

• Secteur VIANDE

- viande bovine de race charolaise
- viande bovine de race blonde d'Aquitaine
- boeuf limousin
- boeuf limousin junior
- agneau de boucherie
- agneau fermier
- porc sous label
- porc fermier
- veau sous la mère
- veau de boucherie nourri au lait entier
- porc fermier
- gros bovin de race normande
- agneau fermier

• Secteur FRUITS ET LÉGUMES

- pommes de terre de consommation bintje
- pommes de terre de consommation "Belle de Fontenay" nature ou sous vide
- pommes golden delicious
- champignons "Gros blond"
- salade prête à l'emploi
- melon sous label
- ail rose de Lautrec
- pêches et nectarines
- kiwis Hayward du Bassin de l'Adour
- carottes de Créances et carottes des sables
- poireaux des sables de Créances

• Secteur PRODUITS LAITIERS

- fromage des Pyrénées croûte dorée
- carré de Lorraine
- crème fluide d'Alsace
- mimolette vieille et extra vieille
- fromage à raclette

• Secteurs PRODUITS TRANSFORMÉS

- escargots préparés
- farine panifiable
- sorbets aux fruits
- pâtisserie crue surgelée pur beurre frais
- véritable choucroute alsacienne garnie
- miel de lavande et de lavandin

• Secteur PRODUITS DE LA MER

- huîtres vertes, fines de claires, de Marennes-Oléron
- sel marin de l'Atlantique
- saumon écossais

**Annexe 5 : Liste des LABELS ROUGES homologués et
non suspendus au 8 décembre 1993**

SECTEUR "AVICOLE"

** ASSOCIATION LABELS AGRICOLES DU SUD-OUEST "L.A.S.O."
52, avenue Nonères - 40000 MONT DE MARSAN
Tél. : 58.06.15.21 - Fax : 58.75.13.36

- label n° 01-65 : poulet jaune fermier élevé en liberté et découpe
- label n° 09-66 : pintade jaune fermière
- label n° 02-71 : poulet blanc fermier élevé en liberté et découpe
- label n° 04-72 : poulet blanc cou-nu fermier élevé en liberté
- label n° 14-77 : dinde fermière de Noël
- label n° 13-78 : caille jaune
- label n° 01-79 : poulet noir fermier élevé en liberté
- label n° 05-88 : poulet jaune fermier élevé en plein air en petit bâtiment et découpe
- label n° 06-88 : poulet jaune fermier élevé en plein air et découpe
- label n° 07-88 : poulet blanc fermier élevé en plein air en petit bâtiment et découpe
- label n° 08-88 : poulet blanc fermier élevé en plein air et découpe
- label n° 09-88 : poulet noir fermier élevé en plein air en petit bâtiment
- label n° 12-89 : foie gras cru et produits de découpe de canard mulard fermier gavé
- label n° 13-89 : foie gras cru et produits de découpe d'oie grasse fermière
- label n° 14-89 : chapon jaune fermier
- label n° 24-90 : poulet jaune fermier *surgelé*
- label n° 25-90 : poulet blanc fermier *surgelé*
- label n° 26-90 : chapon fermier *surgelé*
- label n° 27-90 : caille jaune *surgelée*
- label n° 18-92 : chapon blanc fermier
- label n° 07-93 : poularde fermière
- label n° 12-93 : dinde fermière de Noël

** "QUALITE-BRETAGNE"

c/o CCAOF
104, rue Eugène Pottier - B.P. 6629 - 35066 RENNES CEDEX
Tél : 99.65.03.12 - Fax : 99.65.31.50

- label n° 02-75 : poulet noir fermier
- label n° 02-82 : poulet blanc fermier
- label n° 11-86 : dinde fermière de Noël
- label n° 28-88 : chapon fermier
- label n° 59-88 : pintade fermière
- label n° 19-89 : poulet noir fermier *surgelé*
- label n° 14-90 : poulet blanc fermier *surgelé*
- label n° 14-91 : chapon fermier *surgelé*
- label n° 06-92 : pintade fermière *surgelée*
- label n° 13-92 : poularde fermière
- label n° 14-92 : poularde fermière *surgelée*

**SYNDICAT DE DEFENSE DES VOLAILLES FERMIERES DE LOUE "SYVOL-QUALIMAINÉ"
82, rue Rubillard - 72000 LE MANS
Tél. : 43.28.35.36 - Fax : 43.23.42.19

- label n° 12-66 : poulet blanc fermier élevé en liberté et découpe
- label n° 03-72 : dinde fermière de Noël
- label n° 01-74 : pintade fermière
- label n° 04-74 : canard de Barbarie fermier et découpe
- label n° 13-77 : poulet noir fermier élevé en liberté et découpe
- label n° 04-81 : poulet jaune fermier élevé en liberté et découpe
- label n° 07-82 : poulet blanc fermier du Maine
- label n° 07-84 : oie fermière à rôtir
- label n° 16-88 : chapon fermier
- label n° 35-88 : poule fermière élevée en liberté
- label n° 51-88 : poularde fermière
- label n° 52-88 : poulet blanc fermier de 100 jours
- label n° 15-89 : foie gras cru et produits de découpe de canard mulard fermier gavé
- label n° 33-89 : poulet blanc fermier élevé en liberté et découpe *surgelés*
- label n° 34-89 : poulet noir fermier et découpe *surgelés*
- label n° 35-89 : poulet jaune fermier et découpe *surgelés*
- label n° 36-89 : poulet blanc fermier du Maine *surgelé*
- label n° 11-90 : pintade fermière et découpe *surgelées*
- label n° 12-90 : canard de Barbarie fermier et découpe *surgelés*
- label n° 13-90 : poule fermière élevée en liberté *surgelée*
- label n° 05-92 : chapon fermier *surgelé*

** ASSOCIATION "AUVERGNE CERTIFICATION" "AUCERT"

Chambre régionale d'agriculture d'Auvergne
12, avenue Marx Dormoy - B.P. 455 - 63012 CLERMONT-FERRAND CEDEX
Tél : 73.43.44.48 - Fax : 73.93.56.73

- label n° 08-80 : poulet blanc fermier et découpe
- label n° 08-84 : dinde fermière de Noël
- label n° 09-84 : canette et canard de Barbarie fermiers et découpe
- label n° 02-86 : poulet jaune fermier et découpe
- label n° 09-87 : pintade fermière et découpe
- label n° 15-87 : poulet blanc fermier
- label n° 12-88 : dinde fermière de Noël
- label n° 29-88 : chapon fermier
- label n° 02-89 : poulet noir fermier
- label n° 23-90 : chapon fermier
- label n° 15-91 : poularde fermière

**** SYNDICAT "BEAUCE ET PERCHE"**
7 bis, rue de la Mairie - 41160 LA COLOMBE
Tél. : 54.72.36.32 - Fax : 54.82.65.70

- label n° 04-69 : poulet blanc
- label n° 04-78 : poulet blanc fermier
- label n° 05-78 : dinde fermière de Noël
- label n° 30-88 : chapon fermier
- label n° 11-91 : poularde fermière
- label n° 09-92 : pintade fermière
- label n° 03-93 : poulet jaune fermier
- label n° 04-93 : poulet blanc fermier *surgelé*
- label n° 05-93 : pintade fermière *surgelée*
- label n° 09-93 : oie fermière à rôtir
- label n° 18-93 : poulet noir fermier

**** SYNDICAT DES LABELS AVICOLES CHALLANDAIS (SYLAC)**
Allée de la Jariette - B.P. 285 - 85305 CHALLANS
Tél. : 51.93.02.54 - Fax : 51.93.14.56

- label n° 05-69 : poulet noir fermier et découpe
- label n° 10-80 : dinde fermière de Noël
- label n° 03-82 : pintade fermière et découpe
- label n° 05-84 : poulet blanc fermier et découpe
- label n° 02-85 : canard de Barbarie fermier et découpe
- label n° 17-88 : chapon fermier
- label n° 56-88 : poulet jaune fermier et découpe
- label n° 20-89 : poulet noir fermier et découpe *surgelé*
- label n° 06-90 : poulet blanc fermier et découpe *surgelé*
- label n° 07-90 : poulet jaune fermier et découpe *surgelé*
- label n° 08-90 : pintade fermière et découpe *surgelées*
- label n° 09-90 : dinde fermière à rôtir *surgelée*
- label n° 10-90 : chapon fermier *surgelé*
- label n° 20-90 : caille de Challans
- label n° 10-92 : poularde noire fermière
- label n° 11-92 : poularde noire fermière *surgelée*

**** ASSOCIATION AVICOLE DU GERS "AVIGERS"**
Route d'Auch - 32300 MIRANDE
Tél. : 62.66.51.91 - Fax : 62.66.79.96

- label n° 06-71 : dinde noire fermière de Noël
- label n° 10-77 : pintade fermière
- label n° 11-77 : canard fermier
- label n° 12-77 : poulet gris fermier
- label n° 01-81 : poulet roux fermier et découpe
- label n° 08-85 : poulet noir fermier
- label n° 07-86 : poulet blanc fermier et découpe
- label n° 14-88 : chapon fermier
- label n° 16-89 : foie gras cru et produits de découpe de canard mulard fermier gavé
- label n° 17-89 : foie gras cru et produits de découpe d'oie grasse fermière
- label n° 03-91 : poulet blanc fermier *surgelé*
- label n° 04-91 : poulet jaune fermier *surgelé*
- label n° 10-91 : poularde fermière
- label n° 10-93 : poularde fermière *surgelée*
- label n° 11-93 : chapon fermier *surgelé*

**** SYNDICAT UNIVOLAILLES DU SUD-OUEST "UNIVOLAILLES"**
35, avenue du Maréchal Joffre - 47200 MARMANDE
Tél. : 53.20.93.04 - Fax : 53.20.92.41

- label n° 07-71 : poulet noir fermier
- label n° 01-78 : poulet jaune fermier et découpe
- label n° 09-82 : poulet blanc fermier
- label n° 31-88 : chapon fermier
- label n° 53-88 : poulet blanc fermier de 91 jours
- label n° 15-93 : dinde fermière de Noël

**** SYNDICAT D'OEUF ET DE VOLAILLES DU MAINE-ANJOU (SOVOPA)**
SAMAB - B.P. 23 - "Le Pavement" - 116, rue de la Garc - 53400 CRAON
Tél. : 43.06.08.72 - Fax : 43.06.19.80

- label n° 09-71 : poulet blanc
- label n° 02-73 : pintade jaune
- label n° 05-90 : poulet jaune

**** "SYNDIM"**
Z.A. de Montvoisin 77 - 91400 GOMETZ LA VILLE
Tél. (1) 60.12.34.13 - Fax : (1) 60.12.46.50

- label n° 09-80 : poulet blanc fermier Malvoisine
- label n° 06-86 : dinde fermière de Noël
- label n° 13-88 : poulet blanc fermier
- label n° 15-88 : poulet jaune fermier
- label n° 01-89 : pintade fermière
- label n° 18-89 : poulet noir fermier
- label n° 28-89 : chapon jaune fermier
- label n° 38-89 : chapon blanc fermier
- label n° 21-90 : poulet noir fermier *surgelé*
- label n° 28-90 : poulet blanc fermier *surgelé*
- label n° 02-91 : poulet cou-nu roux fermier
- label n° 01-92 : dinde fermière à rôtir *surgelée*
- label n° 14-93 : chapon fermier *surgelé*
- label n° 19-93 : poularde fermière

**** ASSOCIATION "SEVRE ET LOIRE QUALITE"**
50, rue du Général Hagron - 44150 ANCENIS
Tél. : 40.98.82.52 - Fax : 40.83.15.00

- label n° 08-76 : poulet blanc fermier et découpe
- label n° 04-80 : poulet noir fermier
- label n° 04-86 : dinde fermière de Noël
- label n° 14-87 : poulet jaune fermier et découpe
- label n° 60-88 : pintade fermière et découpe
- label n° 29-89 : chapon fermier
- label n° 12-91 : poularde blanche fermière
- label n° 13-91 : poularde jaune fermière

**** UNION DES LABELS AGRICOLES DU SUD-EST "ULASE"**
Place du Champs de Mars - 26270 LORIOLE SUR DROME
Tél. : 75.85.56.21 - Fax : 75.85.62.12

- label n° 07-85 : poulet jaune cou-nu fermier
- label n° 09-85 : poulet blanc cou-nu fermier et découpe
- label n° 02-87 : pintade fermière et découpe
- label n° 04-87 : poulet blanc cou-nu fermier
- label n° 18-87 : poulet noir fermier
- label n° 19-87 : dinde fermière de Noël
- label n° 48-88 : chapon fermier
- label n° 01-91 : poulet blanc
- label n° 16-92 : poulet blanc fermier et découpe
- label n° 17-92 : poulet jaune fermier

**** ASSOCIATION BOURGUIGNONNE DE CERTIFICATION DE LA QUALITE SUPERIEURE "A.B.C.Q.S"**
Molaise - B.P. 35 - 71120 CHAROLLES
Tél. : 85.24.25.20 - Fax : 85.88.36.80

- label n° 02-79 : poulet noir fermier
- label n° 11-84 : oie fermière à rôtir
- label n° 06-87 : dinde fermière de Noël
- label n° 01-88 : poulet gris fermier
- label n° 25-88 : pintade fermière
- label n° 54-88 : chapon fermier
- label n° 02-90 : poulet blanc fermier

**** ASSOCIATION DE CERTIFICATION DES LABELS ATLANTIQUE-ANJOU-VENDEE "ACLAVE"**
Maison de l'agriculture - boulevard Réaumur - 85013 LA ROCHE-SUR-YON CEDEX
Tél. : 51.36.82.92 - Fax : 51.36.82.11

- label n° 01-84 : poulet jaune fermier
- label n° 02-84 : pintade fermière
- label n° 37-89 : poulet blanc fermier surgelé
- label n° 03-92 : poulet noir fermier
- label n° 04-92 : chapon fermier
- label n° 08-92 : poularde fermière
- label n° 02-93 : poulet blanc fermier
- label n° 13-93 : dinde fermière de Noël

**** ASSOCIATION DU POULET DE JANZE**
8, rue du Docteur Roux - 35150 JANZE
Tél. : 99.47.28.69 - Fax : 99.47.11.65

- label n° 11-80 : poulet blanc fermier et découpe
- label n° 32-88 : chapon fermier
- label n° 57-88 : poulet jaune fermier et découpe
- label n° 07-89 : oie fermière à rôtir
- label n° 15-92 : dinde fermière

**** FEDERATION QUALINORM**

Maison des Professions - UNICITE - 10, rue Alfred Kastler - 14000 CAEN
Tél. : 31.94.82.76 - Fax : 31.95.09.11

- label n° 01-87 : poulet noir fermier
- label n° 04-88 : dinde fermière de Noël
- label n° 50-88 : poulet jaune fermier
- label n° 01-90 : poulet blanc fermier âgé de 15 semaines minimum (105 jours)
- label n° 22-90 : poulet blanc fermier
- label n° 07-92 : poulet blanc fermier âgé de 81 jours

**** FEDERATION DES ORGANISMES DE PRODUCTIONS AVICOLES DU NORD-NORD-OUEST "AVICERT"**

38 A, rue Bellanger - 76190 YVETOT
Tél. : 35.56.84.55 - Fax : 35.56.71.49

- label n° 10-81 : poulet noir fermier
- label n° 08-82 : dinde fermière de Noël
- label n° 04-84 : poulet blanc fermier
- label n° 10-86 : poulet blanc fermier de Licques
- label n° 55-88 : chapon fermier
- label n° 22-92 : poulet blanc fermier de 91 jours
- label n° 23-92 : poulet jaune cou-nu fermier
- label n° 06-93 : pintade fermière

**** ASSOCIATION "QUALITE NORD-PAS-DE-CALAIS"**
47 bis, rue Barthélémy Delespaul - 59000 LILLE
Tél. : 20.30.07.32 - Fax : 20.54.73.72

- label n° 07-87 : poulet blanc fermier
- label n° 05-79 : dinde fermière de Noël
- label n° 01-85 : poulet blanc fermier

**** ASSOCIATION DE CERTIFICATION DES PRODUITS DE QUALITE D'ALSACE "CERTIQUAL"**
103, route de Hausbergen - B.P. 201 - 67309 SCHILTIGHEIM CEDEX
Tél. : 88.83.90.11 - Fax : 88.81.27.29

- label n° 08-87 : poulet blanc fermier
- label n° 16-91 : dinde fermière de Noël

**** UNION INTERPROFESSIONNELLE DE PROMOTION ET DE DEVELOPPEMENT DES PRODUCTIONS AVICOLES LABEL DE LA MAYENNE "UNIVOM"**
Le Bourg - 53300 SAINT-MARS-SUR-COLMONT
Tél. : 43.00.11.92 - Fax : 43.00.15.96

- label n° 03-67 : poulet blanc fermier âgé de 91 jours
- label n° 07-81 : pintade
- label n° 17-87 : poulet blanc fermier âgé de 84 jours
- label n° 26-88 : dinde fermière de Noël
- label n° 27-88 : oie fermière à rôtir
- label n° 03-90 : poulet noir fermier
- label n° 04-90 : pintade fermière

SECTEUR

"CHARCUTERIES-SALAISONS"

** "QUALITE-BRETAGNE"

c/o CCAOF
104, rue Eugène Pottier - B.P. 6629 - 35066 RENNES CEDEX
Tél : 99.65.03.12 - Fax : 99.65.31.50

- label n° 04-71 : charcuteries, salaisons et conserves de viande de Bretagne

- pâté de campagne
- pâté de foie
- pâté de chair
- saucisson cuit
- andouillettes

- label n° 21-88 : jambon cuit de porc fermier

- label n° 39-89 : charcuteries fraîches et cuites de porc fermier

- saucisse
- saucisson cuit

** ASSOCIATION DE PROMOTION DES SALAISONS DE LACAUNE (APSALAC)

Mairie de Lacaune - 81230 LACAUNE
Tél. : 63.37.06.14 ou 63.37.03.40 - Fax : 63.37.12.61

- label n° 09-69 : salaisons sèches pur porc "appellation montagne"

- saucissons secs
- saucisses mi-sèches
- jambon sec

** ASSOCIATION "AUVERGNE CERTIFICATION" "AUCERT"

Chambre régionale d'agriculture d'Auvergne
12, avenue Marx Dormoy - B.P. 455 - 63012 CLERMONT-FERRAND CEDEX
Tél : 73.43.44.48 - Fax : 73.93.56.73

- label n° 10-84 : salaisons d'Auvergne

- saucisson sec
- saucisse sèche
- jambon sec

** CENTRE DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES
DE QUALITE SUPERIEURE "PAQ"
9, avenue George V - 75008 PARIS
Tél. (1) 40.70.13.58 - Fax : (1) 49.52.05.40

- label n° 11-76 : charcuteries fraîches

- pâté de campagne
- pâté de foie
- pâté de chair
- pâté de jambon
- pâté en croûte
- saucisson cuit
- saucisson cuit à l'ail
- rillettes du Mans
- saucisse de Strasbourg
- saucisse de Toulouse
- chipolata de Toulouse

- label n° 12-76 : salaisons sèches

- saucisson sec
- saucisse sèche
- saucisse mi-sèche
- jambon sec
- jésus
- rosette

- label n° 16-87 : jambon cuit désossé entier ou tranché préemballé

** ASSOCIATION DES LABELS AGRICOLES DU SUD-OUEST "L.A.S.O."
52, avenue Nonères - 40000 MONT-DE-MARSAN
Tél : 58.06.15.21 - Fax : 58.75.13.36

- label n° 45-88 : jambon cuit de porc fermier

- label n° 46-88 : salaisons sèches de porc fermier

- jambon sec
- saucisson sec
- saucisse sèche

- label n° 47-88 : charcuteries fraîches et cuites de porc fermier

- pâté de campagne
- pâté de chair et de jambon
- pâté en croûte
- saucisson cuit à l'ail
- saucisse fraîche

- label n° 40-89 : viande de porc

- longe séchée
- noix d'épaule séchée

**** INTERPROFESSION PORCINE D'AQUITAINE "INPAQ - OC"**
6, avenue Louis Sallenave - 64000 PAU
Tél. : 59.84.45.24 - Fax : 59.84.23.06

- label n° 03-73 : jambon de Bayonne
- label n° 18-90 : jambon sel sec de qualité supérieure
- label n° 07-91 : charcuteries salaisons
 - saucisson
 - saucisse sèche
 - poitrine sèche
 - saucisse fraîche
 - chair à saucisse

**** ASSOCIATION DE CERTIFICATION DES LABELS ATLANTIQUE-ANJOU-VENDEE "ACLAVE"**
Maison de l'agriculture - boulevard Réaumur - 85013 LA ROCHE-SUR-YON CEDEX
Tél. : 51.36.82.92 - Fax : 51.36.82.11

- label n° 09-91 : jambon cru

SECTEUR "VIANDES"

**** ASSOCIATION "AUVERGNE CERTIFICATION" "AUCERT"**
Chambre régionale d'agriculture d'Auvergne
12, avenue Marx Dormoy - B.P. 455 - 63012 CLERMONT-FERRAND CEDEX
Tél : 73.43.44.48 - Fax : 73.93.56.73

- label n° 02-74 : viande bovine de race charolaise
- label n° 01-80 : viande bovine de race charolaise
- label n° 05-85 : agneau fermier
- label n° 09-89 : porc fermier
- label n° 31-90 : agneau fermier

**** ASSOCIATION POUR L'ATTRIBUTION ET L'EXPLOITATION DU LABEL "LE VEAU SOUS LA MERE"**
1, boulevard d'Estienne d'Orves - 19100 BRIVE
Tél. : 55.87.09.01 - Fax : 55.87.29.93

- label n° 03-81 : veau sous la mère

**** ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DU LABEL VIANDE DE BOEUF FERMIER DU MAINE**
Cité Administrative - Rue de Hertford - 53600 EVRON
Tél. : 43.01.38.06 - Fax : 43.37.28.20

- label n° 03-86 : viande bovine

**** FEDERATION QUALINORM**
Maison des Professions - UNICITE - 10, rue Alfred Kastler - 14000 CAEN
Tél : 31.94.82.76 - Fax : 31.95.09.11

- label n° 21-87 : porc fermier
- label n° 15-90 : gros bovin de race normande
- label n° 30-90 : agneau fermier

**** ASSOCIATION POUR LA PROMOTION D'AGNEAUX DE QUALITE ELEVES SOUS LA MERE "VIVALP'AGNEAU"**
Le Rafour - 26510 REMUZAT
Tél : 75.27.84.55 - Fax : 75.27.84.26

- label n° 03-88 : agneau fermier

**** ASSOCIATION DES LABELS AGRICOLES DU SUD-OUEST "LASO"**
52, avenue Nonères - 40000 MONT DE MARSAN
Tél : 58.06.15.21 - Fax : 58.75.13.36

- label n° 19-88 : porc fermier
- label n° 17-91 : viande bovine de race blonde d'Aquitaine
- label n° 18-91 : viande bovine
- label n° 19-92 : agneau de boucherie
- label n° 17-93 : agneau fermier

**** "QUALITE-BRETAGNE"**
c/o CCAOF
104, rue Eugène Pottier - B.P. 6629 - 35066 RENNES CEDEX
Tél : 99.65.03.12 - Fax : 99.65.31.50

- label n° 20-88 : porc fermier
- label n° 21-89 : porc fermier
- label n° 22-89 : veau de boucherie nourri au lait entier
- label n° 01-93 : viande bovine de race charolaise

**** ASSOCIATION "LIMOUSIN PROMOTION"**
Maison de l'Agriculture - 32, avenue du Général Leclerc
87065 LIMOGES CEDEX
Tél : 55.77.62.12 - Fax : 55.77.45.93

- label n° 22-88 : boeuf limousin
- label n° 23-88 : boeuf limousin junior

**** ASSOCIATION PROFESSIONNELLE POUR LA PROMOTION DE LA VIANDE BOVINE**
"CHAROLAIS TERROIR"
Le Palaire - 42120 PERREUX
Tél : 77.68.43.37 - Fax : 77.72.37.92

- label n° 03-89 : viande bovine de race charolaise

**** INTERPROFESSION PORCINE D'AQUITAINE "INPAQ - OC"**
6, avenue Louis Sallenave - 64000 PAU
Tél : 59.84.45.24 - Fax : 59.84.23.06

- label n° 04-89 : porc sous label

**** SYNDICAT POUR LA CERTIFICATION ET LA QUALITE DES PORCS DE LA SARTHE (L.P.S)**
34, rue Paul Ligneul - B.P. 163 - 72004 LE MANS CEDEX
Tél : 43.43.68.60 - Fax : 43.43.68.89

- label n° 05-89 : porc fermier

**** ASSOCIATION BOURGUIGNONNE DE CERTIFICATION DE LA QUALITE SUPERIEURE**
"A.B.C.Q.S."
MOLAISE - B.P. 35 - 71120 CHAROLLES
Tél : 85.24.25.20 - Fax : 85.88.36.80

- label n° 11-89 : viande bovine de race charolaise
- label n° 23-89 : viande bovine de race charolaise

**** ASSOCIATION POUR LES PRODUITS DE QUALITE LIMOUSIN CERTIFIES "CERTILIM"**
32, avenue du Général Leclerc - 87065 LIMOGES CEDEX
Tél : 55.77.62.12 - Fax : 55.77.45.92

- label n° 16-90 : porc fermier
- label n° 17-90 : porc sous label
- label n° 20-92 : veau fermier nourri sous la mère

**** ASSOCIATION REGIONALE DE LA QUALITE AGRO-ALIMENTAIRE DE MIDI-PYRENEES**
"ARQUALIM"
Chemin de Borde Rouge - B.P. 7 - 31321 CASTANET-TOLOSAN
Tél : 61.75.26.00 - Fax : 61.73.16.66

- label n° 32-90 : agneau fermier
- label n° 21-92 : veau fermier nourri sous la mère
- label n° 08-93 : veau nourri au lait entier

**** ASSOCIATION DE CERTIFICATION DES LABELS ATLANTIQUE-ANJOU-VENDEE "ACLAVE"**
Maison de l'agriculture - boulevard Réaumur - 85013 LA ROCHE-SUR-YON CEDEX
Tél : 51.36.82.92 - Fax : 51.36.82.11

- label n° 08-91 : porc fermier
- label n° 16-93 : viande bovine fermière

SECTEUR "FRUITS ET LEGUMES"

** CENTRE DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DE QUALITE SUPERIEURE "PAQ"

9, avenue George V - 75008 PARIS
Tél : (1) 40.70.13.58 - Fax : (1) 49.52.05.40

- label n° 05-67 : pommes de terre de consommation "Belle de Fontenay" nature ou sous vide :
- pelées cuites entières
- ou en lamelle
- ou en cube,

- label n° 06-84 : pommes golden délicious

- label n° 06-85 : betteraves rouges cuites sous vide :
- entières,
- ou entières pelées,
- ou en cubes,

- label n° 12-86 : champignons "Gros Blond"

- label n° 31-89 : salade prête à l'emploi

- label n° 05-91 : melon sous label

** SYNDICAT DE DEFENSE DU LABEL "AIL ROSE DE LAUTREC"

Mairie de Jonquières - 81440 LAUTREC
Tél. : 63.75.90.61

- label n° 02-66 : ail rose de Lautrec

** ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DES FRUITS ET LEGUMES SOUS LABEL DE LA DROME ET CANTONS LIMITROPHES

2, boulevard Vauban - B.P. 21 - 26001 VALENCE CEDEX 1
Tél. : 75.42.04.00

- label n° 10-87 : pêches et nectarines

** ASSOCIATION "QUALITE-NORD-PAS-DE-CALAIS"

47 bis, rue Barthélémy Delespaul - 59800 LILLE
Tél. : 20.30.07.32 - Fax : 20.54.73.72

- label n° 04-68 : pommes de terre de consommation bintje

** LABELS AGRICOLES DU SUD-OUEST "L.A.S.O."

52, avenue Nonères - 40000 MONT-DE-MARSAN
Tél. : 58.06.15.21 - Fax : 58.75.13.36

- label n° 35-90 : kiwis hayward du Bassin de l'Adour

** FEDERATION QUALINORM

Maison des Professions - UNICITE - 10, rue Alfred Kastler - 14000 CAEN
Tél : 31.94.82.76 - Fax : 31.95.09.11

- label n° 04-67 : carottes de Créances et carottes des sables

- label n° 09-86 : poireaux des sables de Créances

SECTEUR "PRODUITS LAITIERS"

**** SYNDICAT DES FABRICANTS ET AFFINEURS D'EMMENTALS TRADITIONNELS GRAND CRU**
26, rue Proudhon - 25000 BESANCON
Tél. : 81.83.46.13 - Fax : 81.81.89.42

- label n° 04-79 : Emmental Français Grand Cru

**** ASSOCIATION "LES FROMAGERS PYRENEENS"**
183, avenue des Etats-Unis - B.P. 2134 - 31016 TOULOUSE CEDEX
Tél. : 61.58.87.35 - Fax : 61.57.27.57

- label n° 02-81 : fromages des Pyrénées
- croûte noire
- croûte dorée

**** CENTRE DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DE QUALITE SUPERIEURE "P.A.Q."**
9, avenue George V - 75008 PARIS
Tél : (1) 40.70.13.58 - Fax : (1) 49.52.05.40

- label n° 03-85 : carré de Lorraine
- label n° 10-89 : crème fluide d'Alsace
- label n° 26-89 : mimolette vieille et extra-vieille
- label n° 29-90 : fromage à raclette

SECTEUR "PRODUITS TRANSFORMES"

**** CENTRE DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DE QUALITE SUPERIEURE "P.A.Q."**
9, avenue George V - 75008 PARIS
Tél : (1) 40.70.13.58 - Fax : (1) 49.52.05.40

- label n° 04-83 : escargots préparés
- frais
- surgelés

- label n° 32-89 : farine panifiable

- label n° 36-90 : sorbets aux fruits

- label n° 02-92 : pâtisserie crue surgelée pur beurre frais

- label n° 12-92 : véritable choucroute alsacienne garnie

**** SYNDICAT DE PROMOTION DES MIELS DE PROVENCE, ALPES, COTE D'AZUR**
Maison des Agriculteurs
22, avenue Henri Pontier - 13626 AIX-EN-PROVENCE CEDEX
Tél. : 42.23.05.23 - Fax : 42.21.34.90

- label n° 24-89 : miel de lavande et de lavandin

SECTEUR "PRODUITS DE LA MER"

** CENTRE DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DE
QUALITE SUPERIEURE "PAQ"
9, avenue George V - 75008 PARIS
Tél : (1) 40.70.13.58 - Fax : (1) 49.52.05.40

- label n° 25-89 : huîtres vertes, fines de claires, de Marennes-Oléron
- label n° 06-91 : sel marin de l'Atlantique

** SCOTTISH QUALITY SALMON LIMITED
19, Culduthel Road
Inverness IV 2
4 AA SCOTLAND
United Kingdom
Tél. : (1) 46.24.56.77

- label n° 33-90 : saumon écossais

** SHETLAND SEAFOOD QUALITY CONTROL
LTD
Blackness
Scalloway
SHETLAND
United Kingdom
Tél. : (1) 46.24.56.77

- label n° 34-90 : saumon écossais

SECTEUR "DIVERS"

** SYNDICAT DE DEFENSE DES BLES DE QUALITE ET DU LABEL
"FLORENCE-AURORE DU SUD-EST"
13, rue Trigance
13002 MARSEILLE
Tél. : 91.90.54.73 - Fax : 91.91.07.46

- label n° 02-65 : blé tendre "Florence-Aurore"
- label n° 03-84 : blé de force "Prinqual"

** SYNDICAT DE PROMOTION DES BLES DE FORCE ET AMELIORANTS DES LIMAGNES
Section départementale de l'O.N.I.C.
40, rue Niel - 63039 CLERMONT-FERRAND CEDEX
Tél : 73.92.18.50

- label n° 05-70 : blé de force et améliorants

** UNION NATIONALE DES COOPERATIVES AGRICOLES DE COLLECTE "SIGMA"
83, avenue de la Grande Armée - 75782 PARIS CEDEX 16
Tél. : (1) 40.66.22.22

- label n° 01-66 : semences de céréales

** SYNDICAT DE PROMOTION DES BLES DE FORCE ET DES BLES DE QUALITE
"ILE DE FRANCE"
ONIC SERVICES REGIONAUX DE PARIS
21, avenue Bosquet - 75007 PARIS
Tél. : (1) 44.18.20.00

- label n° 04-66 : blé de force et blé de qualité "Ile de France"

** ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DES GAZONS DE QUALITE "PROGAZON"
Bureau 288 - Bourse de Commerce - 2, rue des Viarmes - 75001 PARIS
Tél : (1) 42.33.54.86 - Fax : (1) 42.33.48.93

- label n° 05-87 : gazon de haute qualité

