



**HAL**  
open science

## Le panier de biens et de services de qualité : vers un modèle de développement territorial durable ?

Maud Hirczak, Bernard Pecqueur, Amédée Mollard

### ► To cite this version:

Maud Hirczak, Bernard Pecqueur, Amédée Mollard. Le panier de biens et de services de qualité : vers un modèle de développement territorial durable ?. Montagnes Méditerranéennes, 2004, 20, pp.35-42. halshs-00371256

**HAL Id: halshs-00371256**

**<https://shs.hal.science/halshs-00371256v1>**

Submitted on 21 Feb 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

MAUD HIRCZAK, BERNARD PECQUEUR, AMEDEE MOLLARD. LE PANIER DE BIENS ET DE SERVICES DE QUALITE : VERS UN MODELE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE ?. *MONTAGNES MEDITERRANEENNES*, INSTITUT DE GEOGRAPHIE ALPINE, 2004, PP.35-42.

**LE PANIER DE BIENS ET DE SERVICES DE QUALITE :  
VERS UN MODELE DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE ?**

**Maud HIRCZAK et Bernard PECQUEUR**

Territoires, UMR CNRS PACTE  
Université Joseph Fourier, Grenoble  
[maud\\_hirczak@hotmail.com](mailto:maud_hirczak@hotmail.com)  
[Bernard.Pecqueur@ujf-grenoble.fr](mailto:Bernard.Pecqueur@ujf-grenoble.fr)

**Amédée MOLLARD**

INRA-ESR, UMR GAEL  
Université Pierre Mendès France, Grenoble  
[mollard@grenoble.inra.fr](mailto:mollard@grenoble.inra.fr)

**Résumé :** *Cet article s'attache à contribuer au débat sur la notion de ressource territoriale grâce à l'étude d'une stratégie singulière de développement : le panier de biens et de services territorialisés. En nous appuyant sur le cas des Baronnies et l'utilisation de certains concepts issus de la littérature économique, nous montrerons comment la valorisation conjointe de produits de qualité et de services environnementaux peut créer un modèle de développement territorial durable.*

**Abstract:** *This article attempts to contribute to the debate on the concept of territorial resource with the study of a singular strategy of development: the basket of territorialized goods and services. With the case of French Baronnies and such concepts from economic literature, we will show how the joint valorization of products of quality and environmental services can create a model of sustainable territorial development.*

**Mots-clé :** *agriculture, AOC, qualité, environnement, panier de biens, territoires ruraux.*

**Key-words:** *agriculture, AOC, quality, environment, basket of goods, rural areas.*

## **INTRODUCTION**

Ce travail s'inscrit dans le débat du renouvellement du modèle productif agricole et d'adaptation aux contraintes issues de la mondialisation des échanges, et il est donc centré sur la qualité des produits et plus précisément sur l'ancrage territorial.

Nous ferons ici référence à la *notion de ressource en tant que potentialité d'action*. On peut distinguer les ressources spécifiques des ressources génériques [Pecqueur, Colletis, 1993 ; Colletis, Pecqueur, 2004]. Dans le cas présent, c'est la spécificité (c'est-à-dire la non reproductibilité) qui nous intéresse plus particulièrement puisque c'est dans ce contexte que s'exprime dans la notion de ressource territoriale.

Nous contribuerons ici au débat par le biais du panier de biens et de services de qualité. C'est une combinaison originale puisque l'offre est à la fois composite (biens et services) et située (liée à un espace particulier, à sa culture, son histoire) [Pecqueur, 2001]. Il représente donc plus précisément la rencontre entre l'offre locale de produits et de services de qualité et une demande spécifique en répondant à trois conditions générales :

- un ensemble de produits complémentaires (biens et services) et inter-agissants sur des marchés locaux,
- une combinaison de biens privés et publics qui renforce l'image d'ensemble et la réputation de qualité du territoire,
- une demande inélastique pour les produits et services de qualité ancrés dans un territoire spécifique.

La question que l'on pose ici est la suivante : comment la valorisation conjointe de produits de qualité et de services environnementaux parvient-elle à créer un modèle de développement territorial durable ? La méthode utilisée ici est avant tout empirico-déductive au sens où la tentative de formalisation et de généralisation proposée dans ce papier s'appuie sur des faits issus de l'observation empirique sur le territoire : c'est le constat de l'existence d'un « surprise » attaché à l'huile d'olive AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) des Baronnies vendue à la coopérative de Nyons qui pose l'interrogation de départ. C'est pourquoi après rappelé la genèse de l'hypothèse du panier de biens nous reviendrons plus en détail sur les concepts utilisés afin de généraliser ces réflexions par la suite.

## **I. LE MODELE FONDATEUR DES BARONNIES**

Représentatives d'une économie agricole en crise jusqu'au début des années 80, les Baronnies (cantons de Nyons, Rémuzat, Buis les Baronnies et Sédéron) ont par la suite stoppé cette tendance grâce à leur stratégie de développement fondée sur la valorisation de leurs ressources spécifiques<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Les résultats exposés ici sont issus des travaux menés dans le cadre de deux programmes de recherche INRA PSDR (anciennement DADP) portant sur les relations qualité-territoire en Rhône-Alpes (1996-99 puis 2002/2004).

## 1.1. L'émergence du modèle Baronnard<sup>2</sup>

Comme nous l'avons mentionné précédemment, c'est le surprix de l'huile de l'olive de Nyons, produit leader du territoire dont le marché est consolidé par la production d'un ou plusieurs produits du même panier, qui pose la question de départ. Cette huile est très spécifique et ses conditions de production, comme toute AOC, sont clairement inscrites dans le cahier des charges. Sa notoriété est importante et le produit est ancré historiquement (variété de la tanche). Son différentiel de prix avec non seulement les huiles de qualité standard mais également avec l'huile AOC Baux de Provence par exemple en fait l'archétype de la Rente de Qualité Territoriale (RQT) [Lacroix, Mollard, Pecqueur, 2000]. Certains produits et services font aussi partie intégrante du panier, comme ce peut être le cas pour les dérivés de l'huile (savons, tapenade, etc...) et des produits associés, les vins de pays et les gîtes ruraux en particulier. Ce phénomène « d'entraînement » de l'huile d'olive sur les produits associés a été mis en avant grâce à des enquêtes réalisées à la coopérative oléicole principale, celle de Nyons, sur les achats des consommateurs sur deux périodes (haute et basse saison, de 10 jours chacune)<sup>3</sup>.

L'huile d'olive n'est en effet pas la seule à bénéficier d'un surprix puisque certains gîtes ruraux sont également dans ce cas. Les prix ne sont pas supérieurs en moyenne dans les Baronnies par rapport aux autres zones comme la Drôme ou le Diois (il en est de même pour les campings ou l'hôtellerie classique), cependant les gîtes de grande taille (6 personnes et plus) et de confort moyen ou supérieur (2, 3 ou 4 clés dans la cotation Clévacances notamment) bénéficient eux d'un surprix. En l'occurrence le séjour dans des gîtes de qualité est un moyen privilégié d'accéder à la consommation des autres produits de qualité du panier.

Concernant les vins de pays, deux modèles distincts, le modèle de marque et le modèle coopératif se côtoient. Les coopératives proposent des vins de pays écoulés sur les marchés standards (GMS, réseaux de cantines...) en s'alignant sur les prix des du grand sud et sans toujours faire référence aux à la zone de production ; le produit ne reçoit pas la rente de qualité. Par opposition, certains producteurs ont pris en main leur commercialisation en créant leur propre marque comme le Domaine du Rieux Frais ou les viticulteurs de la vallée de l'Ouvèze. Une politique de soin de la vigne, d'expérimentation des systèmes parcelles ou encore de diversification de gamme a permis d'obtenir une offre de qualité spécifique et d'origine clairement identifiée. Certains cherchent à intégrer le produit comme composante du panier de biens pour bénéficier de la dynamique de l'huile d'olive et c'est ainsi que certaines étiquettes font clairement référence au « mariage de la vigne et de l'olivier ». Dans ce cas, on observe un différentiel de prix notable par rapport au système coopératif.

La RQT, concept que nous développerons par la suite, ne porte donc que sur les produits de qualité supérieure (gîtes ruraux, vin de pays de cépage), dont la qualité interne est spécifique et liée au territoire et pour lesquels l'achat local est prédominant (95 % des cas de l'huile d'olive). Il est vrai qu'en plus l'environnement de qualité du territoire (paysage, terrasses

---

<sup>2</sup> Pour plus de détails sur cette partie voir entre autres [Lacroix, Mollard, Pecqueur, 2001] et [Moalla, 2001].

<sup>3</sup> Concernant la méthodologie, on peut noter qu'une base de données de 16 500 factures récupérées à la coopérative a été créée. Le logiciel statistique Sampler a entre autres été utilisé pour rendre compte graphiquement des ensembles récurrents de produits que l'on retrouve le plus fréquemment dans ces factures. En fonction des paramètres (nombre de liens minimum et maximum souhaités, nombre de co-occurrences minimum et maximum, nombre de produits minimum et maximum...), Sampler dessine alors des clusters qui forment une représentation graphique des paniers réalisés par le consommateur.

d'oliviers, climat etc.....) permet de valoriser pleinement ces produits, grâce en outre à des services comme la route de l'olivier ou le musée de l'olivier par exemple.

## **1.2. Les produits absents du panier**

Toutefois tous les produits baronniers ne sont pas inclus dans le panier. C'est alors que dans un autre registre, les plantes aromatiques et médicinales subissent une forte concurrence des produits d'importation. Pour certaines, comme le tilleul, la qualité est supérieure et spécifique mais la prime liée est limitée par l'étroitesse du marché et la non maîtrise de la commercialisation (l'unique débouché permettant de valoriser sa qualité est constitué par le réseau commercial des pharmacies-herboristeries, qui forme une part réduite d'un marché dominé par l'infusette). D'autres plantes comme la lavande et le lavandin sont des produits de type industriel, utilisés comme inputs dans des préparations complexes (lessives, parfums...). L'origine n'est pas source de spécificité d'une qualité mesurée par les négociants en fonction d'indicateurs de concentration. Les surpris observés par rapport aux cotations internationales portent essentiellement sur les productions de lavande fine, et correspondent à une subvention déguisée des négociants et parfumeurs qui souhaitent conserver un volume de production minimal en France afin de ne pas dépendre des aléas productifs des pays d'importation, parfois politiquement instables. Enfin certaines plantes médicinales sont bien valorisées mais il s'agit de productions de niches, liées à la découverte ou la mise en culture de variétés particulières non produits ailleurs. La spécificité dans leur cas est davantage liée à la distillation et/ou à la recherche menée localement (brevets). Pour toutes ces plantes, l'origine baronnaire n'est donc pas connue du consommateur final, même si nous pouvons souligner leur importance dans le renforcement de l'image du territoire (paysages, senteurs).

De son côté l'agneau est un produit très concurrencé par les produits d'importation et dont la spécificité n'est pas liée à l'origine géographique. La nécessité de défense des productions locales a conduit à la mise en place d'un signe de qualité cohérent avec l'amortissement du coût de la certification les contraintes de la production (volumes, races, concurrence d'importation...), la Certification de Conformité de Production (CCP) Agneau de l'Adret. Toutefois le cahier des charges est relativement souple et la qualité est avant tout sanitaire. Le différentiel de prix est de plus en plus important, ce qui confirme l'exclusion de ce produit du panier de biens.

## **II. LES CONCEPTS ET METHODES LIES A L'ANALYSE**

Il s'agit de revenir ici sur les concepts utilisés afin de posséder des outils pour l'élaboration d'une grille d'analyse générale : rente, externalité, bien public, produit-joint, ressource et proximité.

## 2.1. La Rente

Comme l'illustre le cas des Baronnie, le contexte de concurrence générique et globale favorise des stratégies d'offre différenciées des produits de qualité qui génèrent des rentes. La demande de produits spécifiques et de qualité encourage un consentement à payer élevé.

La rente représente un excédent de prix sur le coût total de production (profit inclus). C'est donc un différentiel par rapport à une situation de référence où elle est nulle. Son origine est à rechercher à la fois du côté de l'offre (exploitation d'un facteur rare, spécifique, non reproductible comme la fertilité, une ressource naturelle ou un savoir-faire) et du côté de la demande avec l'existence d'une demande rigide pour un bien particulier. Cependant la pression concurrentielle subsiste toujours dès lors que les biens sont séparables et substituables (quasi-rentes versus rente de monopole), et cette rente a un caractère plus ou moins durable selon le degré de concurrence. Dans une économie standardisée, de masse, concurrentielle, les prix baissent et il y a une érosion/disparition des rentes, alors que dans une économie où les différenciations s'accroissent selon l'origine, la qualité, les services environnementaux, etc... il y a une hausse des prix et l'émergence de rentes.

Il existe ainsi deux formes polaires de rente [Mollard, 2001] :

- la rente de qualité apparaît lorsque la demande est rigide pour des produits et services de qualité (différenciés, spécifiques). Elle s'inscrit dans la tradition marshallienne du « surplus du consommateur ». On la retrouve par exemple dans le cas des AOC.
- la rente territoriale est possible lorsqu'un bien ancré dans un espace donné devient un facteur rare ou non reproductible. Une telle rente est de même nature que la rente différentielle ricardienne, c'est-à-dire qu'elle résulte de la différence entre deux prix observables sur le marché des biens et services considéré. A coût égal, les prix sont plus élevés en comparaison avec une offre comparable localisée ailleurs (par exemple les prix des terrains en bord de mer, les prix des résidences secondaires ou des gîtes ruraux etc...).

La Rente de Qualité Territoriale apparaît lorsque convergent à la fois la qualité et le territoire, c'est-à-dire lorsque se rencontrent sur un même territoire une offre complémentaire de produits/services de qualité et une forte demande pour des biens qui renvoient à la typicité et spécificité de ce territoire [Mollard, 2001]. La qualité est intrinsèque au territoire qui est doté de ressources spécifiques valorisées ou valorisables ensemble. L'AOC huile d'olive de Nyons est une illustration de ce cas là.

De part ses caractéristiques, la RQT reflète donc la capacité des acteurs à créer des processus institutionnels susceptibles de capter le consentement à payer des consommateurs associés à l'environnement du produit. Elle est donc organisationnelle puisque son développement est le résultat d'une stratégie territoriale de long terme impliquant tant les producteurs, les transformateurs et les coopératives que les institutions de coordination du développement local (syndicats d'aménagement, collectivités locales...).

## 2.2. Externalité et modes d'internalisation

C'est un concept très classique en économie qui est de plus en plus utilisé aujourd'hui sous l'influence notamment des préoccupations environnementales. Une externalité correspond à des « situations où les décisions de consommation ou de production d'un agent affectent

directement la satisfaction (bien-être) ou le profit (bénéfice) d'autres agents sans que le marché évalue et fasse payer ou rétribue l'agent pour cette interaction » [Picard, 1998]. Malgré le consensus entre économistes sur cette définition, la lecture des différents auteurs montre que des confusions ou désaccords existent bien souvent, ce que l'on retrouve également chez les fondateurs mêmes du concept, A. Marshall et A.C. Pigou. A. Marshall parle d'économies externes à *la firme* en parallèle aux économies « internes » (rendements d'échelle), avec des externalités en général positives, évaluables et internalisables [Marshall, 1970]. Pigou évoque de son côté les économies externes au marché, négatives ou positives, ce qui couvre un domaine d'application sensiblement plus vaste [Pigou, 1920]. On retrouve le même type de confusion dans la distinction entre externalités « pécuniaires » et « technologiques » [Viner, 1931 ; Scitovsky, 1954]. Seules les secondes sont de véritables externalités puisqu'elles résultent d'une interaction directe et hors marché entre agents. Les premières, par contre, ont un équivalent monétaire qui est défini par la variation de coût ou de bénéfice agent liée à une interaction avec un autre agent. Cela signifie donc que l'externalité initiale a disparu puisqu'il y a « internalisation » et modification de l'allocation initiale des ressources entre agents. Par contre, la littérature fait peu état de la distinction pourtant très judicieuse de D. Pearce entre externalités statiques (vision classique) et dynamiques [Pearce, 1976]. Cette séparation met en évidence le fait qu'il existe un processus de modification interactive de la structure des préférences des agents et de la production (processus essai-erreur). Le processus de création/internalisation d'externalités est alors évolutif dans le temps et souvent lié à l'émergence de nouveaux besoins qui ne sont pas encore pris en compte par le marché.

Cela nous conduit donc ici à différencier plusieurs familles d'externalités : « directes », « indirectes » et « de localisation » [Mollard, 2003] :

- Les **externalités « directes »** découlent du caractère conjoint (*jointure*) des produits et/ou des facteurs de production liés par des complémentarités techniques et économiques.
- Les externalités « **indirectes** » sont plus difficiles à cerner puisqu'elles découlent d'une fonction sociale. Par exemple l'agriculture contribue à la biodiversité et aux paysages, donc au tourisme *via* les emplois qu'elle induit par exemple. Mais toutes ces externalités ne sont pas valorisées ni valorisables. Il s'agit seulement d'un gisement de ressources, d'un potentiel, et la dimension temporelle conditionne fortement l'émergence de besoins nouveaux liés à ces externalités.
- Enfin, les externalités dites « **de localisation** » découlent d'un effet de proximité. La plupart des ressources naturelles qui concourent à l'activité agricole sont localisées à l'échelle des territoires ruraux, et les effets liés à leur « immobilité » peuvent être qualifiés d' « externalités territoriales » en ce sens que leur bénéfice ne peut être valorisé que localement. Inversement, cet effet géographique est parfois plus éloigné et plus difficile à cerner (cas des estuaires fluviaux comme la rade de Brest ou la Camargue par exemple). Par conséquent plus la « distance » s'accroît, plus l'imputation des externalités à l'activité agricole est difficile à réaliser, ce qui souligne tout l'intérêt de l'approche territoriale des externalités.

Les externalités, qu'elles soient positives ou négatives sont donc relatives à un standard de qualité qui évolue dans le temps et les modes d'internalisation varient selon le type de marchés : spécifiques (marges de manœuvre avec la captation de rentes) et génériques (contexte concurrentiel qui suppose l'intervention de l'Etat par la réglementation ou les instruments économiques). Dans le cas de la spécificité qui nous intéresse plus particulièrement, les biens et les services différenciés n'existent que dans des localisations données et impliquent la rencontre entre une offre et une demande elles-mêmes spécifiques.

Cette spécificité est à la fois donnée et construite et combine biens publics et biens privés et la rente peut alors se constituer. Les produits sont différenciés par la qualité et l'origine, et sont source de valorisation indirecte de l'environnement et du contexte général de production. Les services territorialisés sont eux plus difficiles à cerner et moins codifiés mais leur potentiel est considérable. A l'opposé, les marchés génériques sont concurrentiels et les biens et services sont substituables, et dont l'objet est reproductible en de nombreux espaces. Par conséquent, la régulation publique est sollicitée pour internaliser les externalités négatives, en posant toutefois le problème de l'évaluation.

### **2.3. Externalités, biens publics et produits joints**

Un bien public pur est classiquement défini, par opposition aux biens privés, par la réunion de deux caractéristiques : non-rivalité et non exclusion [Salanié, 1998]. La non rivalité signifie que l'usage ou la consommation d'un bien par un agent ne réduit pas ou n'élimine pas l'usage des autres agents. La non exclusion est par contre de nature économique et puisque si le bien public est pur, il n'a pas de prix et son usage n'est pas limité. Les biens publics locaux ne sont eux accessibles que dans un espace donné [Tiébout, 1956]. Il s'agit notamment de cas où ils sont liés à des ressources spécifiques localisées (l'eau ou un parc naturel, les Chutes du Niagara ou tout autre site unique par exemple) ou à des collectivités territoriales (fiscalité, administration ou réseaux des transports d'une agglomération). Cela peut se traduire par une mobilité préférentielle des usagers qui choisissent de se localiser dans tel ou tel territoire, en fonction de ses avantages. Il en résulte une possible concurrence des territoires si ces biens publics sont peu attractifs ou substituables (et donc pas de rente possible) ou si dans le cas contraire on observe un monopole lié à la forte densité d'externalités dans un contexte de bien public local (source de rentes).

Par ailleurs les relations entre biens publics et externalités sont les mêmes qu'entre stock (capital) et flux (utilité) : par exemple le capital naturel fournit un service environnemental. Mais des externalités naissent aussi très souvent de l'échange de biens privés, et il peut y avoir des biens publics avec un statut de droit privé si le « service » auquel ils donnent accès n'est ni rival, ni exclusif (par exemple les phares en mer ou l'accès à la radio).

Enfin, les externalités et les produits joints sont parfois confondus alors qu'ils relèvent d'approches de nature différente. Les produits joints sont d'abord issus de toutes sortes de complémentarités techniques nouées au sein de la combinaison productive, qui crée un ensemble de liens directs : entre produits (viande de mouton et laine, huile et tourteau, etc...), entre produits et intrants (par exemple céréales et paille, produits de l'élevage et engrais organiques) ou encore entre les intrants en eux-mêmes (certains types de pesticides liés à certaines semences). Ils proviennent aussi de complémentarités économiques liées aux modes d'allocation des facteurs de production.

### **2.4. Ressource**

On se référera ici à la distinction maintenant reconnue entre ressource et actif spécifiques et génériques.

La typologie que nous utilisons ici (pour une première formulation, se référer à G. Colletis et B. Pecqueur, 1993), consiste à distinguer, d'une part, actif et ressource, d'autre part, à

qualifier les actifs ou les ressources selon leur nature, générique ou spécifique.

*Par actif, on entendra des facteurs "en activité", alors que par ressources il s'agira de facteurs à exploiter, à organiser, ou encore à révéler.* Les ressources, à la différence des actifs, constituent une réserve, un potentiel latent ou virtuel qui peut se transformer en actif si les conditions de production ou de création de technologie le permettent.

Des actifs ou des ressources *génériques* se définissent par le fait que leur valeur ou leur potentiel sont indépendants de leur participation à un quelconque processus de production. Les actifs ou ressources sont ainsi totalement transférables, leur valeur est une valeur d'échange. Le lieu de cet échange est le marché. Le prix est le critère d'appréciation de la valeur d'échange, laquelle est déterminée par une offre et une demande à caractère quantitatif. En d'autres termes, un facteur générique est indépendant du « génie du lieu » où il est produit.

Par contre, les actifs *spécifiques*, existent comme tels, mais leur valeur est fonction des conditions de leur usage. Alors qu'un actif générique est totalement transférable, un actif spécifique implique un coût irrécouvrable plus ou moins élevé de transfert. *Les ressources spécifiques* n'existent qu'à l'état virtuel et ne peuvent en aucun cas être transférées. Ces ressources naissent de processus interactifs et sont alors engendrées dans leur configuration. Elles constituent l'expression du processus cognitif qui est engagé lorsque des acteurs ayant des compétences différentes produisent des connaissances nouvelles par la mise en commun de ces dernières. Lorsque des connaissances et savoirs hétérogènes sont combinés, de nouvelles connaissances sont produites qui peuvent, à leur tour, participer de nouvelles configurations. La création de technologie est ainsi le résultat d'un processus caractérisé par l'émergence de ressources spécifiques issues d'une dynamique cognitive synonyme d'un apprentissage interactif.

Des actifs génériques ne permettent pas à un territoire de se différencier durablement puisque, par définition, ils existent ailleurs et sont susceptibles d'être transférés. *Une différenciation durable, c'est-à-dire non susceptible d'être remise en cause par la mobilité des facteurs, ne peut naître véritablement que des seules ressources spécifiques, lesquelles ne sauraient exister indépendamment des conditions dans lesquelles elles sont engendrées.* L'enjeu des stratégies de développement des territoires est donc essentiellement de saisir ces conditions et de rechercher *ce qui constituerait le potentiel identifiable d'un territoire (que l'on pourra désigner aussi par la notion de "patrimoine")*. Ces conditions ne sauraient être définies de façon abstraite. *Elles dépendent du contexte dans lequel s'inscrit le processus heuristique d'où naissent les ressources spécifiques.*

La ressource spécifique produite lors d'un processus de construction territoriale, prise globalement, apparaît alors comme le résultat de processus long d'apprentissages collectifs qui aboutissent à l'établissement de règles, le plus fréquemment tacites. De telles règles ont la fonction de trier, de sélectionner et de hiérarchiser l'information, mais aussi d'orienter ou guider les comportements offrant, ainsi à chaque acteur du territoire un espace d'intelligibilité et d'action. En termes de méthode, l'analyse du panier de biens prend donc en compte les combinaisons observables entre les quatre cas de figure, combinaisons des actifs et des ressources d'une part et des caractères de spécificité ou de genericité d'autre part.

## **2.5. Proximité**

Enfin, cette notion introduit l'idée de « rationalité située des acteurs » dans leurs choix et leurs stratégies. En effet, la construction des territoires par les acteurs est tributaire de leur histoire et des contextes de leur action. Chaque lieu apparaît donc comme irréductible à un autre et

l'ancrage territorial (la proximité géographique) est donc une composante essentielle à l'analyse de la constitution des paniers de biens. On peut facilement concevoir que la structure du panier différera d'un territoire à l'autre dans la mesure où les composantes que sont les paysages, les caractéristiques culturelles (patrimoniales) et le temps long du développement, sont aussi importantes souvent que le (ou les) produit(s) constitutifs des paniers. Nous renvoyons le lecteur à une littérature récente [Gilly, Torre, 2000]; [Pecqueur et Zimmermann, 2004]; [Torre, 2004].

### **III. VERS UNE GENERALISATION DU PANIER DE BIENS : UNE GRILLE D'ANALYSE**

Aujourd'hui les Baronniees représentent le modèle fondateur du panier de biens et de services territorialisés mais bien d'autres territoires le talonnent aujourd'hui dans le jeu de la différenciation par la qualité des produits et les services environnementaux. Toutefois, tous ne sont pas pour autant dans le registre précis du panier. La vallée du Rhône par exemple possède de prestigieuses AOC viticoles, mais les paysages se sont dégradés et de nombreuses pollutions sont apparues suite à l'intensification de l'agriculture [Hirczak, Mollard, 2004]. C'est cette industrialisation de l'agriculture qui segmente en partie les espaces et justifie le choix de certains et l'exclusion des autres. C'est ainsi que des conditions existent sur l'existence même de ce modèle de développement et sur les facteurs de sa pérennisation.

#### **3.1. Les trois composantes du panier de biens**

Pour rappel, le panier est composé de trois éléments :

- Une offre spécifique de biens et de services privés sur un territoire.

Les biens sont complémentaires avec une origine territoriale commune et une image cohérente, et sont faiblement substituables avec les biens génériques. D'autre part les modes de production de qualité sont spécifiques (liés à un terroir, un savoir-faire, des innovations, etc...), et les services marchands sont eux aussi de qualité et facilitent l'accès au panier. Ces services peuvent être par exemple le tourisme, la gastronomie ou la présence de résidences secondaires qui sont des opérateurs de la ressource.

- Une demande inélastique et spécifique.

Le lien de proximité et de confiance vis-à-vis de l'offre est primordial. Il va alors s'exprimer par les séjours touristiques, le marché urbain, le développement de la vente directe, la gastronomie et la restauration, les visites diverses etc....La demande de produits est liée à la qualité, à la réputation et à la connaissance du territoire et de ses traditions. Il y a par ailleurs une cohérence entre le territoire de l'offre et le territoire de la demande. Le marché privilégié est en effet celui de type « shopping » c'est-à-dire en milieu rural peu dense et qui n'est pas le fait des autochtones mais des consommateurs extérieurs (via un tourisme important sur le territoire). L'huile d'olive de Nyons est dans ce cas puisque la consommation est faite à 95 % sur le territoire. Ce marché s'oppose donc ainsi à celui que l'on peut qualifier « d'exportation » qui est extérieur au territoire d'origine et qui peut même se révéler international. Le rapport à la spécificité du territoire est très distendu et peut éventuellement

disparaître (dans le cas de la noix de Grenoble par exemple le lien au lieu est banalisé par une exportation à 95 % du produit, notamment à l'étranger). Enfin, la demande d'environnement est également primordiale.

- Des biens publics qui valorisent le panier en jouant un rôle « d'écrin » et qui mettent ainsi en scène le produit.

Ce peut être l'environnement et la nature (paysages, biodiversité...), le patrimoine et la culture (architecture, monuments, sites...) ou encore l'histoire et les traditions.

Les AOC ne sont donc pas forcément dans le panier et le panier n'est pas uniquement composé d'AOC. Les produits pris en compte dans le panier doivent être le fruit d'un ancrage au lieu et par là d'une histoire longue. Le fondement de l'image et de la réputation du panier repose alors sur une réalité culturelle construite par les acteurs sur le long terme. D'autre part, un nombre minimum de produits doivent être présents. A priori, pour constituer une offre composite, celle-ci doit comprendre au moins trois produits, ce chiffre exprimant simplement que la combinaison d'un produit avec le service touristique qui permet de le vendre, n'est pas suffisant pour constituer un panier. Les services qui valorisent les produits (tels que les routes touristiques, l'hôtellerie, les manifestations culturelles, l'environnement, etc...) ont plutôt un statut « d'opérateurs » qui facilitent finalement la vente du panier.

### **3.2. Les facteurs de pérennisation du panier de biens et de la rente**

Cette configuration du panier n'est cependant pas idyllique et peut s'essouffler. Dans le cas des Baronnies, on constate aujourd'hui que certains produits perdent de leur spécificité, comme les vins de pays de cépage (contexte de la crise internationale de ce profil de vins de qualité intermédiaire) et dans une moindre mesure de l'huile d'olive dont le prix est plafonné, notamment face à la multiplication du nombre d'appellation d'origine dans cette filière. De plus, on constate des problèmes de pollution liée à la sur-fréquentation du site, ce qui détériore la qualité des biens publics, voire aussi leur image. C'est ainsi que la durabilité environnementale du panier s'avère être une condition indispensable non seulement à son existence mais également à sa pérennisation. Par conséquent, différents éléments pouvant relever de trois ordres sont à prendre en considération pour conserver le panier de biens et la RQT qui lui est associée.

Tout d'abord, les acteurs privés doivent être coordonnés. Le panier de biens doit en effet être cohérent et assez « représentatif » du territoire d'origine. C'est ainsi que des produits satellites qui viendraient brouiller l'image du territoire sont exclus de cette configuration. De plus, les acteurs doivent s'accorder sur le périmètre d'origine, la qualité du panier et la complémentarité des produits, ce qui est souvent source de conflit. Leur coopération et leur engagement de pérenniser la rente face à la concurrence doivent également être importants.

Deuxièmement, les coordinations institutionnelles doivent combiner différents éléments.

Ces éléments sont aussi bien des échelles territoriales et sectorielles cohérentes (aires d'appellation d'origine, aire de production des labels existants aussi sur le même territoire etc...) qu'une lisibilité de l'accès aux biens et services du territoire (par exemple les manifestations, les foires ou encore les routes touristiques...). La qualité des biens publics et des ressources territoriales via les politiques publiques locales est aussi importante. Par ailleurs, on peut noter que les aspects macro et micro-institutionnels doivent là aussi être combinés au mieux (aides locales, subventions PAC, etc...).

Enfin, il doit y avoir un équilibre et une cohérence entre l'action privée et l'action publique. Cela entend donc une bonne coordination entre acteurs publics et privés et qu'il n'y ait pas ni de produits ou de services isolés (c'est-à-dire sans liens entre eux) ni de lien dominant sans produits/services. Finalement une dynamique fondée sur des objectifs partagés d'évolution à moyen ou long terme s'avère cruciale.

La particularité la plus importante du modèle du panier consiste finalement à faire reposer l'émergence de la rente sur des stratégies solidaires de producteurs de produits différents. Le groupe apparaît comme un collectif de production. La gouvernance territoriale se caractérise alors comme un processus essentiellement dynamique qui vise à la formulation et à la résolution de problèmes productifs souvent inédits. Cette coordination qui lie les acteurs entre eux permet de révéler des ressources latentes et d'aboutir à une création nette de valeur matérialisée par la rente de qualité territoriale. Cette mise en compatibilité des stratégies implique l'existence d'un compromis institutionnel composite dont les partenaires sont, d'une part les acteurs économiques et d'autre part les acteurs publics qu'ils soient locaux ou non. Si chaque territoire représente un cas irréductiblement particulier et non reproductible du fait de l'infinie combinaison des variables qui s'y jouent, on peut cependant supposer qu'il existe un nombre relativement restreint de situations type, chacune développant ses multiples variantes.

## **CONCLUSION**

Cette analyse et les concepts sous-jacents (rente, externalité...) précédemment rappelés nous aident par conséquent à préciser la notion de territoire. Celui-ci est perçu comme un espace construit et différencié avec une limite, un « dehors » et un « dedans », une identité. Il est doté de ressources spécifiques valorisées/valorisables et d'activités économiques et/ou sociales qui interagissent. Cette construction sociale n'est pas acquise ou spontanée, elle implique des régulations ; c'est un processus (« territorialisation ») qui résulte du jeu combiné du marché et de coordinations entre acteurs publics et privés (gouvernance). Il y a une dynamique des territoires (une histoire, des stratégies), des niveaux différents de territorialité, des espaces sans territoires. Concernant les « ingrédients » du territoire, on pourrait donc noter :

- un socle, c'est-à-dire une histoire, une culture, un patrimoine et une activité dominante ou leader (dans les territoires ruraux l'agriculture est dominante en part d'espace occupé par exemple),
- une combinaison d'activités économiques ou sociales est également indispensable selon divers scénarios : soit via un ancrage ancien qui valorise un effet-réputation (comme ce peut être le cas pour l'huile d'olive de Nyons), soit via des activités nouvelles/porteuses (le développement de l'informatique dans le Vercors par exemple),
- enfin des activités sont inscrites dans un ensemble de ressources spécifiques, qui sont naturelles et/ou construites, valorisées et/ou valorisables.

La « gestion efficace des territoires », via les marchés ou les politiques publiques, implique alors un double mouvement : décentraliser réellement les politiques publiques et les institutions qui les gèrent et simplifier et rendre plus cohérent le jeu complexe des structures locales (Parc Naturel Régional, Pays, Communauté de communes, syndicats d'aménagement, etc...). D'autre part le développement territorial suppose que soient coordonnés à la fois les niveaux sectoriels et territoriaux mais aussi et les niveaux micro et macro-institutionnels (cas

des subventions européennes entre autres). L'analyse en termes de « gouvernance territoriale » implique donc la prise en compte de toutes les formes de coordination entre acteurs privés et publics (gouvernance publique, privée et mixte).

## **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

- COLLETIS G., PECQUEUR B. (2004). *Révélation de ressources spécifiques et coordination située*, The 4th Congress on Proximity Economics « Proximity, Networks and Co-ordination », Marseille, 17-18 juin 2004, 15 p.
- GILLY J-P., TORRE (coord.) (2000). *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan, Paris.
- HIRCZAK M., MOLLARD A. (2004). « Qualité des produits et qualité de l'environnement : des espaces convergents ? L'exemple de la région Rhône-Alpes », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°5 (à paraître).
- LACROIX A.J., MOLLARD A., PECQUEUR B. (2000). « Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut ? », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°4, pp.683-706.
- MARSHALL A. (1971). *Principes d'économie politique*, 2 Tomes, Gramma, Paris, traduction française de *Principles of economics*, London, Macmillan, 1890.
- MOALLA M. (2001). *Vers une approche de différenciation des produits agro-alimentaires par la qualité et le territoire*, Mémoire de DEA Economie Industrielle, Université Pierre Mendès France, Grenoble, octobre 2001, 106 p.+annexes.
- MOLLARD A. (2003). « Multifonctionnalité de l'agriculture et territoires : des concepts aux politiques publiques », *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, n°66, pp.27-54.
- MOLLARD A. (2001). « Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente », *Economie rurale*, n° 263, mai-juin, pp.16-34.
- PEARCE D. (1976). « The limits of cost-benefit analysis as a guide to environmental policy », *Kyklos*, n°29, pp.97-112.
- PECQUEUR B., ZIMMERMANN J-B. (éds.) (2004). *Economie de proximités*, Hermès-Lavoisier, Paris, 234 p.
- PECQUEUR B. (2001). « Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », *Economie Rurale*, n° 261, janvier-février, pp.37- 49.
- PECQUEUR B., COLLETIS G. (1993). « Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, pp.489-508.
- PICARD P. (1998). *Eléments de microéconomie, I. Théorie et applications*, 5<sup>ème</sup> édition, Montchrestien, Paris, 587 p.
- PIGOU A.C. (1920). *The economics of Welfare*, Fourth edition, 1962, London, Mac Millan.
- SALANIE B. (1998). *Les défaillances du marché*, Economica, Paris, 231 p.
- SCITOVSKY T. (1954). « Two concepts of external economies », *Journal of Political Economy*, n°62, pp.143-151.
- TIEBOUT C. (1956). « A pure theory of local expenditures », *Review of Economics and Statistics*, n°36, pp.387-389.
- TORRE A. (coord.) (2004). Proximité et territoires, *Economie Rurale*, n°280, mars-avril 2004.
- VINER J. (1931). « Cost curves and supply curves », in. STIGLER G.J., BOULDING K.E. (eds.), *reading in Price Theory*, ALLEN and UNWIN, LONDON, pp.198-232.