

Exemple de panels d'experts

Evaluation de la politique communautaire de promotion des produits agricoles

Extrait de l'évaluation de la politique communautaire de promotions des produits agricoles, volume 2, novembre 2002.

Contexte de l'exemple

Lors du lancement de l'évaluation de la politique de promotion, la Commission européenne a recommandé à l'Evaluateur l'organisation d'un panel d'expert. Cet exemple reproduit l'annexe du rapport consacrée au travail de ce panel.

UBM Consulting – Milan
COGEA – Rome
INRA - Bruxelles

Cette évaluation a été financée par la Commission Européenne. Les points de vue qui y sont présentés n'engagent que les auteurs et ne reflètent pas nécessairement les positions de la Commission.

**EVALUATION DE LA POLITIQUE
COMMUNAUTAIRE DE PROMOTION DES
PRODUITS AGRICOLES**

- Volume 2 -

Milan, Novembre 2002

ANNEXE 5. AVIS DU PANEL D'EXPERTS

Lors du lancement de l'évaluation de la politique de promotion, la Commission européenne a recommandé à l'Evaluateur l'organisation d'un panel d'expert. Au cours de la rencontre de kick-off de l'évaluation (Bruxelles, 13 février 2001), le groupe de pilotage a approuvé notre proposition concernant les compétences professionnelles nécessaires au sein du panel :

- marketing alimentaire
- politiques agricoles (marchés)
- sécurité alimentaire
- politique des consommateurs
- qualité agroalimentaire (systèmes)

Par la suite, nous avons présenté au groupe de pilotage les curriculums des experts sélectionnés. La liste définitive des experts a été approuvée au cours du mois de mai 2000.

Les composants du panel ont été constamment tenus au courant de l'avancement du travail, à travers l'expédition du matériel de l'équipe et le renvoi successif des avis et réflexions. A chaque fois que les conditions le requéraient, l'équipe d'évaluation a organisé des réunions plénières du panel (3), auxquelles ont également participé, en tant qu'auditeurs, des membres du groupe de pilotage.

Selon les indications de la Commission (cf. cahier des charges point 4.1. et 4.2.), le panel est un instrument qualifié pour la validation du travail de l'équipe d'évaluation. De plus, le panel peut donner des conseils ("input") sur les thèmes qui concernent en particulier la politique de promotion 2001-2006. L'étude et la validation des étapes du travail de l'équipe d'évaluation a fait l'objet de trois réunions : juin, octobre et décembre 2001.

1. Validation du travail de structuration (juin 2001)

Lors de la préparation de la réunion, le panel a analysé le travail effectué par l'équipe en phase de structuration. Durant la réunion, à travers un débat assez complexe, les experts se sont assurés de la validité de l'approche méthodologique et en particulier, sur la demande de la Commission européenne, la conformité des croisements de typologies obtenues (instruments/produits/marchés) effectués par l'équipe.

2. Validation du travail d'analyse (octobre 2001)

Lors de la rencontre, l'équipe d'évaluation a présenté au panel les premiers résultats du travail d'évaluation et notamment le parcours d'analyse adopté pour répondre aux questions évaluatives.

3. Validation du rapport final ex-post (décembre 2001)

La réunion de décembre a été attentivement préparée par l'équipe d'évaluation et par les experts. Les conclusions suivantes ont été exprimées en collégialité par le panel d'experts :

(1) Le rapport dans son ensemble témoigne d'un travail très professionnel et très complet. Pour la première fois, la Commission dispose d'une vision quasi globale des différentes mesures de promotion sous l'angle de l'évaluation

(2) L'évaluation a été limitée par plusieurs facteurs :

- *les sources non indépendantes: Commission ou sujets qui ont un intérêt dans le déroulement futur des campagnes (producteurs, publicitaires et autres bénéficiaires) mais aussi les sources indépendantes qui ne sont pas intéressées à répondre, ou n'ont pas le temps ni les ressources*
- *le délai entre l'évaluation et le déroulement des actions est trop long*
- *une évaluation devrait tenir compte du rapport coût/bénéfice, et dans le cas de cette étude, des données précises sur les budgets ne sont pas disponibles*
- *d'après les données disponibles, il est impossible de distinguer les effets des campagnes communautaires des effets d'autres campagnes, privées ou publiques (campagnes de publicité, de promotion, des actions réglementaires) des évolutions dans la perception du public des notions de qualité et de sécurité*
- *difficulté de comparer les données d'évaluation fournies (quand il en existe), en raison de méthodologies différentes.*

(3) En raison des difficultés et limites identifiées, les conclusions sur l'efficacité des campagnes comportent une part de subjectivité.

(4) Le rapport souligne la nécessité de mettre en place des procédures d'évaluation en temps réel et pour chaque campagne. Il donne de nombreuses indications sur la façon d'établir des rapports d'évaluation, les données à recueillir, la méthodologie à employer, et comment les rapports des différents Etats membres et organismes nationaux doivent être comparés et évalués.

(5) Le rapport démontre la nécessité de rendre les notions de marketing et d'évaluation compréhensibles pour tous, de les intégrer dans la conception et le déroulement des campagnes de promotion des produits agricoles

Considérations du groupe de travail

Les rencontres du panel, et en particulier les rencontres d'octobre et de décembre, ont donné à l'équipe d'évaluation la possibilité de confronter l'opinion des experts en relation aux principaux thèmes de la politique de promotion 2001-2006 :

- rôle de la promotion: information et/ou orientation
- évolution du scénario et du contexte international
- sécurité alimentaire
- attentes des consommateurs
- globalisation des modèles alimentaires
- reconquête des racines et traditions alimentaires

- comment coordonner la poussée des campagnes institutionnelles sur les styles de vie, qualité nutritionnelle des aliments, etc. avec l'existence de plusieurs produits européens (considérés de qualité, avec des effets économiques importants au niveau local), peu adaptés au style alimentaire moderne.

Les indications issues des rencontres ont été prises en compte lors de l'évaluation ex-ante. Cependant, nous devons souligner que - dans le cadre de cette évaluation - la contribution du panel en termes de conseil a été fortement limitée par des circonstances telles que :

- l'hétérogénéité des thèmes concernés par l'évaluation et la différence des compétences et des intérêts professionnels des experts
- la difficulté réelle à "intégrer" une évaluation complexe et articulée sur la base de la lecture de documents qui représentaient déjà un effort de synthèse analytique
- le double rôle attribué au panel (validation et conseil) et la prédominance de la tâche de validation en tant que contrainte contractuelle

L'ensemble de ces facteurs a limité le panel à un exercice trop théorique dans la formulation de conseils et de recommandations, insuffisamment liés à l'ensemble concret des thématiques mis en jeu par la politique communautaire de promotion des produits agricoles.