

FOURCIN Victor



Master Etudes Internationales et Européennes
Spécialité Gouvernance des Organisations pour le Développement International
Parcours professionnalisant
Promotion 2015-2016

Mémoire de fin d'études soutenu à la faculté d'économie de Grenoble

Impacts de l'organisation de la chaîne d'approvisionnement sur le gaspillage alimentaire en France

Maître de stage : Jean-Paul Pellissier

Tuteur : Jean-Pierre Chanteau

Septembre 2016

Remerciements

Je remercie Jean-Paul Pellissier de m'avoir fait confiance et d'avoir renforcé mon goût pour la sécurité alimentaire et les enjeux afférents.

Je remercie Aurore Benassy pour la mise en relation avec l'IAM de Montpellier.

Je remercie Jean-Pierre Chanteau d'avoir accepté de tutorer ce mémoire et également pour ses conseils durant l'année. Ceux-ci me permettent d'appréhender mon futur professionnel plus sereinement.

Je remercie l'équipe pédagogique du master, sans oublier Faouzia, pour sa disponibilité, sa patience et la qualité des enseignements dispensés.

Je remercie Manon Vaïsse et Jerry Manana-Lasu pour leur amitié et leur bienveillance à mon égard. Elle contribuera assurément à mon développement et mon épanouissement durable.

Je remercie tous ceux qui ont permis à ce rapport de voir le jour. Merci à Lina de Bonis et au centre de documentation de l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier d'avoir toléré mes hiéroglyphes.

Merci également à Bernard Gois, gérant de la ferme du Bout du Bosc et président de l'association des vendeurs directs de produits laitiers de Haute Normandie pour sa disponibilité.

Merci à ma famille et mes amis pour leur soutien jour après jour, défi après défi.

Un immense merci à mes parents et à ma sœur à qui je réserve nombre de surprises bonnes ou mauvaises.

Plus que n'importe qui, je mesure l'importance de l'entourage pour mener à bien mes projets.

La Faculté d'économie de l'Université Grenoble Alpes n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les mémoires des candidats au Master ; Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Le mémoire est un essai d'application des méthodes et outils acquis au cours de la formation. Il ne saurait donc être considéré comme un travail achevé auquel la Faculté conférerait un label de qualité qui l'engagerait.

Ce travail est considéré à priori comme un document confidentiel qui ne saurait être diffusé qu'avec le double accord de son auteur et de l'organisme de stage.

Sommaire

Introduction.....	5
I .Etat des lieux : le gaspillage alimentaire en France.....	10
II. Circuits courts versus modèle agro industriel, deux idéaux- types antagonistes.....	15
III. Deux modèles confrontés à la problématique du gaspillage.....	28
IV Ouverture : l'hybridation, remède « miracle » contre le gaspillage ?.....	34
Conclusion.....	35
Bibliographie.....	36
Tableau des acronymes.....	41
Table des matières.....	42
Annexe.....	44
Résumé.....	47

Introduction

En 2011, la FAO établit qu'un tiers de la nourriture produite est gaspillée (Guvtavsson et al, 2012)¹. Ce chiffre, bien que n'étant pas le premier, la FAO avait déjà publié un rapport sur le sujet en 1974, va servir de catalyseur et mettre la lutte contre le gaspillage alimentaire à l'agenda des institutions internationales. L'Union Européenne et la France ne sont pas en reste. La Commission Européenne établit en 2011 une feuille de route pour une Europe efficace dans l'utilisation des ressources (CE, 2011), tandis que le Parlement adopte une résolution le 19 janvier 2012 sur le thème « Eviter le gaspillage des denrées alimentaires : stratégies pour une chaîne alimentaire plus efficace dans l'Union Européenne » (PE, 2012). Pour la France, le pacte national de lutte contre le gaspillage a été lancé en juin 2013 à l'initiative de Guillaume Garot, alors ministre délégué à l'Agroalimentaire.

A cette occasion, une définition du gaspillage alimentaire a été proposée. Il « fait référence à toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à une étape de la chaîne alimentaire est perdue, jetée, gaspillée » (MAAF, 2013). Cette définition considère le gaspillage sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, soit de la « fourche à la fourchette » (Soyeux et al, 2011).

¹ Les chiffres peuvent varier de 9% (Garnett, 2006) à 40% (Stuart, 2009). Une telle différence s'explique par un périmètre fluctuant de prise en compte du gaspillage. Ces données pâtiennent d'une absence de définition commune.

Il m'est alors apparu pertinent de tester l'hypothèse suivante. Peut-on réduire le gaspillage alimentaire en raccourcissant la chaîne d'approvisionnement ?

La longueur de la chaîne alimentaire est fonction de l'organisation du système alimentaire en place dans le pays ou la région considérée. Louis Malassis en donne la définition suivante en 1994. Un « système alimentaire correspond à la manière dont les hommes s'organisent dans l'espace et dans le temps, pour obtenir et consommer leur nourriture » (Malassis, 1994).

On constate actuellement, dans les sociétés développées, deux tendances qui semblent antagonistes à première vue. D'une part, le modèle agroindustriel des industries agroalimentaires et de la grande distribution² propose une offre alimentaire standardisée et à bas coûts qui représente aujourd'hui 80% de l'offre alimentaire en France (Resolis, 2016).

D'autre part, on constate une augmentation de la demande de produits alimentaires en vente directe par le producteur agricole ou provenant des circuits courts. En 2010, 107 000 exploitations agricoles françaises sur les 515 000 vendant tout ou partie de leurs productions en circuits courts (Barry, 2010). Cette démarche de vente de proximité est, dans un cas sur dix, associée à l'agriculture biologique (contre 2% sur l'ensemble des exploitations agricoles françaises). Le système alimentaire a évolué au cours des siècles, interrogeant le rapport entre ville et campagne, entre producteur et consommateur.

Pour illustrer cette évolution, il est bon de convoquer l'histoire. Aussi, Edouard Will écrivait en 1954, à propos de la Grèce antique que « l'économie agricole restait, en tout état de cause, la pierre angulaire de la vie des cités, et l'activité non agricole était dans une large mesure, abandonnée aux esclaves et aux métèques » (Will, 1954). On voit ici l'unité et même le continuum entre urbains et ruraux puisque ceux qui produisent se voient aussi confier des responsabilités politiques. Au Moyen Age, la différenciation des fonctions entre paysans et marchands voient le jour avec l'affirmation de la bourgeoisie. Mais, ce qui va transformer en profondeur le lien entre producteurs et consommateurs, c'est l'industrialisation.

Celle-ci se manifeste d'abord par la naissance des industries de transformation, rapidement suivies par la grande distribution. Par la suite, les aliments prêts à consommer et les nouveaux

² Ce secteur est très concentré, notamment du fait du petit nombre de centrales d'achat. En effet, en 2014, Auchan s'est allié avec Système U pendant que Casino en faisait de même avec Intermarché et Carrefour avec Cora/Supermarché Match. Leclerc, qui est la quatrième centrale d'achat est devenue la plus petite, ce qui peut expliquer une nouvelle campagne du groupe sur le positionnement prix.

services de restauration hors domicile, comme le drive, se développent. Pour décrire les systèmes alimentaires aujourd'hui en vigueur dans les sociétés développées, Jean-Louis Rastoin dégage cinq caractéristiques majeures. D'abord, le modèle agro-industriel est intensif, c'est-à-dire mu par la recherche d'une productivité toujours plus grande. Ensuite, il est spécialisé, c'est-à-dire qu'il repose sur un faible nombre d'espèces. Ainsi sur les 30 000 espèces végétales comestibles, neuf assurent 75% des besoins alimentaires. Troisième caractéristique, une concentration du pouvoir dans les mains d'un nombre très restreint d'acteurs. Ensuite, il est financiarisé et en voie de globalisation par trois facteurs concomitants. D'un côté, le commerce international progresse en même que les investissements directs étrangers des grands groupes de la distribution. De l'autre, le modèle de consommation occidentale se diffuse notamment par l'intermédiaire des médias (Rastoin, 2009).

Fort de ses caractéristiques, le modèle agroindustriel peut sembler robuste. Néanmoins, il apparaît en crise notamment depuis les crises sanitaires des années 2000 et la crise économique de 2008 (Ritzenthaler, 2016).

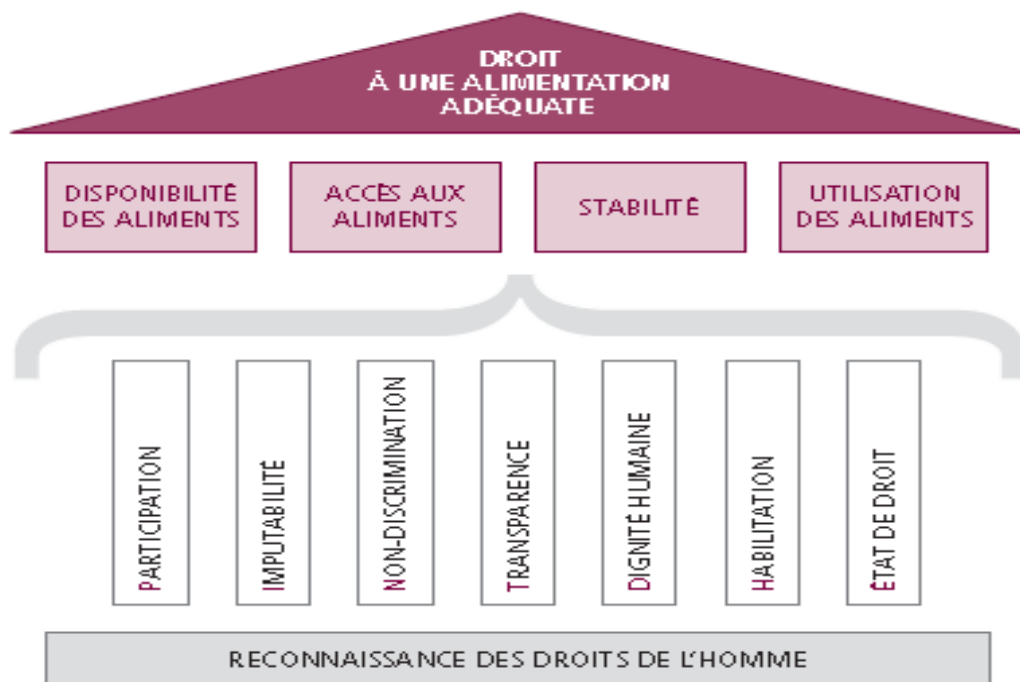
La crise, dite crise de la vache folle, générée par l'introduction accidentelle dans la chaîne de fabrication des farines animales de carcasses d'animaux malades a provoqué une vraie crise de confiance des consommateurs européens à l'égard des produits carnés. Par ailleurs, l'annonce, le 26 mai 1996 de la possible transmission à l'homme de l'encéphalite spongiforme bovine, a profondément remis en question l'utilisation des farines d'origines animales dans la ration alimentaire des animaux d'élevage. Au total, cette crise a causé 204 décès (Verdier, 2013).

Comme pour la crise de la dioxine en 1999, provoquée par un lot de graisse belge contaminé, il est intéressant de noter qu'une crise, localisée en Grande-Bretagne pour l'ESB et en Belgique pour la dioxine, se transmet à tout un continent, du fait des échanges intereuropéens et de l'intervention de beaucoup d'acteurs sur la chaîne d'approvisionnement. Ces éléments soulignent la nécessité d'un système de traçabilité performant.

Si la crise peut être d'ordre sanitaire, elle peut être également d'ordre économique. Dans le cas de la fraude à la viande de cheval, ladite viande a été introduite dans la confection de plats préparés, notamment les lasagnes, en lieu et place de la viande de bœuf afin de maximiser la rentabilité. Cette crise touche l'ensemble de la filière européenne des plats préparés et renforce encore la défiance du consommateur, cette fois d'un point de vue éthique. Le rapport de Marietta Karamanli et Arnaud Richard insiste sur le fait qu'un produit alimentaire ne peut être considéré comme un produit comme les autres (Karamanli et al, 2014).

La reconnaissance de la spécificité des produits alimentaires va de pair avec la reconnaissance d'un droit à l'alimentation (FAO, 2012).

Reconnaissance d'un droit à l'alimentation comme aboutissement de la sécurité alimentaire



Source : FAO, 2012, le droit à l'alimentation : le temps d'agir. Avancées et enseignements tirés lors de la mise en application, Rome p.21

Or la FAO estime qu'en 2013, 842 millions de personnes sont sous-alimentées (FAO, 2013). Dans le même temps, en France, 20 millions de personnes sont en surpoids et 5 millions sont obèses (Colin et al, 2004). Ainsi, la situation actuelle témoigne d'un système alimentaire à deux vitesses, entre abondances et pénuries. Face à ce constat et en réponse aux crises éthiques et sanitaires évoquées précédemment, le consommateur va chercher des alternatives au système alimentaire mondialisé. La lutte contre le gaspillage alimentaire vient apporter un nouveau point focal à la recherche d'un système alimentaire plus juste socialement, plus durable au niveau environnemental mais aussi plus économe du point de vue de l'utilisation des ressources. La question de la productivité de la ressource rejoint le débat en vigueur actuellement sur l'économie

circulaire. Néanmoins il convient d'ores et déjà de préciser qu'un tiers de la nourriture gaspillée l'est directement par les consommateurs. Donc, si l'organisation de la chaîne d'approvisionnement et donc du système alimentaire peut avoir un impact sur le gaspillage, ce que nous démontrerons, il est également nécessaire de sensibiliser les consommateurs sur la durée pour faire évoluer les mentalités.

Les circuits courts et de proximité comme le développement des indications géographiques protégées ou l'essor des produits vendus sous la mention commerce équitable participent d'un mouvement de re-territorialisation de l'agriculture. Ce mouvement ne signifie pas que le système agroindustriel ne bénéficie pas d'ancrages territoriaux, au même titre que tout acteur économique (Chanteau, 2001). Pour autant, le lien au territoire et même aux terroirs (Consaes, 2007) semble se renforcer par delà les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine du produit. Ainsi, Bernard Pecqueur met en évidence l'idée selon laquelle le territoire peut être perçu comme une rente (Pecqueur, 2001). Plus que le lien de l'agriculture avec le territoire, on peut voir émerger de nouvelles formes d'organisation que constituent les systèmes agroalimentaires localisée (Muchnik et al, 2007). La Bretagne en est un exemple significatif avec ce type d'organisation dans les secteurs du porc et de la volaille. Les circuits courts et de proximité sont enchâssés dans un ensemble de démarches qui visent à répondre aux lacunes d'un système alimentaire en voie de globalisation qui présente néanmoins de nombreux avantages. S'il y a une multitude de démarches distinctes de re-territorialisation, les circuits courts et de proximité abritent en leur sein des modes d'organisation très hétérogènes. Néanmoins, le Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt (MAAF) en propose une définition. « Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur (France Nature Environnement, 2015).

Notre travail s'articulera autour de quatre axes principaux. Après avoir effectué un état des lieux sur le gaspillage alimentaire en France, il conviendra de comparer deux modèles idéaux-typiques, chacun abritant une grande diversité, du point de vue d'un acteur économique emblématique des deux modèles, à l'aide d'une matrice SWOT. On insistera également sur les différences en termes de valeurs qui expliquent l'un ou l'autre des choix pour ces deux types d'acteurs.

Dans une troisième partie, nous confronterons ces deux modèles à l'enjeu du gaspillage alimentaire. Nous étudierons également dans quelles mesures chacun des deux modèles peut intégrer l'éco-innovation.

Pour finir, nous démontrerons que la complémentarité et la combinaison des deux modèles est possible, bien que leur construction respective se soit fondée à partir d'un antagonisme.

I .Etat des lieux : le gaspillage alimentaire en France

Depuis 2013, comme le montre le pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, le sujet fait l'objet d'un intérêt renouvelé tant au niveau des pouvoirs publics que de la société civile ou des entreprises. Ce mouvement répond à une prise de conscience au niveau global impulsé par la FAO en 2011.

Pour autant, aussi intuitive que puisse paraître cette question, elle soulève de nombreuses difficultés auxquelles il convient de remédier pour commencer à dessiner des solutions.

I.1. Le gaspillage en volume : la difficile comparabilité des études du fait de la pluralité de définitions

Si le Programme National de Lutte contre le Gaspillage Alimentaire (PNLGA) en propose une définition (cf intro), il n'existe aucune définition consensuelle du gaspillage alimentaire. Avant de porter plus loin l'analyse, il convient d'opérer une première distinction entre pertes et gaspillages. La perte s'opère en amont de la chaîne alimentaire, c'est-à-dire au niveau de la production. Ainsi, les produits non valorisés pour cause de ravageurs (limaces et autres adventices) ou perdus à la récolte du fait des limites du matériel ou des capacités humaines entrent dans le champ des pertes. Les pertes qui proviennent des industries alimentaires, de la grande distribution ou du consommateur final, soit l'aval de la chaîne, sont considérées comme du gaspillage. Si l'on compare les définitions de la perte alimentaire et du gaspillage (Östergren et al, 2014), le gaspillage s'opère lorsque l'action qui y conduit est intentionnelle. De fait, la perte apparaît comme subie, le gaspillage comme volontaire. La limite entre les deux est floue. Quid du stockage post-récolte ?

La définition présentée par le PNLGA a pu être enrichie par Tristram Stuart. Ce militant, spécialiste du gaspillage alimentaire et porteur d'initiatives comme Feeding the 5k³, ajoute « les produits comestibles pour l'alimentation humaine, détournée vers l'alimentation animale ou les co-produits » (Stuart, 2009). Vaclav Smil propose une lecture encore plus large en évoquant le gaspillage de surconsommation c'est-à-dire la différence entre les calories consommées et les calories nécessaires par habitant (Smil, 2004).

En France, l'une des manières d'appréhender le gaspillage consiste à étudier la quantité et la composition des ordures ménagères. La cible est alors le gaspillage du consommateur. Sur la production agricole, très peu d'études nous permettent de disposer de données. En ce qui concerne la transformation, le ministère de l'écologie (MEDDE, 2011) établit que, sur les 7 120 000 tonnes de déchets, 150 000 tonnes proviendraient des industries alimentaires, tout en reconnaissant que ces données sont sujettes à caution. Du point de vue de la distribution, le MAAF indique que le gaspillage est en moyenne de 197 tonnes pour un hypermarché ou un supermarché et de 1,6 tonnes pour une épicerie (MAAF, 2011). En ce qui concerne le Leclerc de Templeuve⁴, deux cents tonnes de denrées alimentaires, hors emballages, sont gaspillées dans un magasin de 5000 m². Ainsi, le corpus d'études le plus nourri concerne le gaspillage dit en bout de chaîne⁵, c'est-à-dire celui du consommateur. Dans l'étude conjointe de France Nature Environnement et du bureau d'études Verdacité (Verdacité, FNE, 2011), le gaspillage est de 30 kg/an rapporté à l'habitant, c'est à dire qu'il s'agit du gaspillage du consommateur à son domicile mais aussi en lien avec son environnement social et professionnel. D'après cette étude, il s'agirait pour 24 % de restes de repas, de fruits et légumes non consommés (24 %), de produits partiellement consommés encore dans un emballage (20 %). Viennent ensuite le pain, les produits non déballés et les liquides alimentaires.

D'après l'ADEME, en 2010, chaque français jette 79 kg de nourriture dont 59 kg de gaspillages évitables (Service Public, 2000 ; CEMAGREF, 2010). Dans une étude britannique, en 2011, le WRAP (Waste Reduction Action Program) opère une distinction entre le gaspillage évitable défini comme « les parties comestibles des animaux et des végétaux qui pourraient être valorisés pour la consommation humaine mais qui se trouvent jetées », le gaspillage potentiellement

³ Tristram Stuart est l'auteur de « Waste: Uncovering the global food scandal » (Stuart, 2009). Il est également le fondateur de Feedback, une association qui travaille internationalement pour lutter contre le gaspillage alimentaire. L'une des campagnes les plus emblématiques est Feeding the 5k qui consiste à nourrir 5000 personnes à partir d'une nourriture qui normalement devait terminer à la poubelle.

⁴ Pour plus d'informations, consulter le projet greencook : vers une gestion intégrée et durable de la nourriture (www.green_cook.org)

⁵ Considérer le consommateur comme responsable du gaspillage en « bout de chaîne » semble discutable, eu égard aux développements récents sur l'économie circulaire.

évitable défini comme ce qui est comestible dans certaines cultures mais pas dans d'autres. Ainsi la lotte n'est pas mangée au Royaume Uni alors qu'elle peut être à la carte des meilleurs restaurants français. Enfin, le gaspillage inévitable renferme les os, les viscères ou les coquilles (James et al, 2011). Mais doit-on dans ce cas parler de gaspillage ?

L'ADEME vient de publier une nouvelle étude, en mai 2016, selon laquelle 10 millions de tonnes par an seraient gaspillées pour un montant de 15 milliards d'euros ventilés comme suit, 33 % pour la consommation finale, 21 % pour la distribution, 13 % pour la transformation et 33 % au niveau de la production (ce qui dans d'autres études est considéré comme étant une perte) (Income Consulting-AK2C, 2016).

Ce panorama des études disponibles permet de mieux saisir la complexité du sujet et la difficulté d'obtenir des mesures. Il est également impossible d'accorder du crédit aux enquêtes effectuées auprès des consommateurs français ou européens, ceux-ci sous estimant de façon constante leur gaspillage. En Europe, d'après l'Eurobaromètre, publié en février 2011, 11 % des européens affirment ne rien gaspiller et 71 % pensent jeter moins de 15 % de leur nourriture (Gallup, 2011).

Un embryon de gouvernance territoriale autour du gaspillage alimentaire

Depuis 2013 et l'élaboration du PNLGA, on peut véritablement faire état d'une gouvernance territoriale autour de la thématique du gaspillage alimentaire. D'après Bonerandi et Santamaria (2011), la gouvernance territoriale intervient à différents niveaux garantissant la coordination et la coopération verticale et horizontale entre les territoires, les acteurs et les politiques. Elle permet également la participation du citoyen et promeut un développement spatial durable.

L'étude du gaspillage alimentaire illustre bien ce que Leloup, Moyart et Pecquer appellent « polycentrisme de régulation » (Leloup et al, 2005). Le gaspillage alimentaire apparaît comme l'un des quatre axes du programme national de l'alimentation, au même titre que la justice sociale, l'éducation alimentaire de la jeunesse et l'ancrage territorial et la mise en valeur du patrimoine alimentaire. L'impulsion vient donc d'un côté du ministère de l'agriculture, relayée en région par les différentes DRAAF. Nous sommes ici devant une logique top-down où l'Etat joue le rôle de catalyseur. Mais, cette logique se combine avec une construction de réseaux au niveau régional ou infra-régional. On peut citer, à titre d'exemple, le REGAL (Réseau pour Eviter le Gaspillage ALimentaire) en Nouvelle Aquitaine qui regroupe un grand nombre de partenaires de nature très

différente⁶. La caractéristique de la gouvernance territoriale est de rassembler tous les acteurs d'une entité territoriale pour aboutir à une décision qui soit le résultat d'une négociation entre des acteurs ayant des intérêts divergents. Dans leur typologie de la gouvernance territoriale, Gilly et Perrat distinguent trois idéaux-types : une gouvernance privée où l'acteur dominant serait une entreprise, une gouvernance institutionnelle si l'acteur dominant est une collectivité territoriale et une gouvernance mixte (Gilly et al, 2003). Dans la plupart des cas, on peut parler d'une gouvernance mixte.

Il convient également de noter, qu'en complément de l'impulsion étatique et des réseaux comme le REGAL, on constate un foisonnement d'initiatives citoyennes qui tentent d'apporter une solution au gaspillage alimentaire.

1.2 Identification des causes du gaspillage alimentaire et du « profil type » du gaspilleur

Après avoir présenté le gaspillage sous un angle quantitatif, on peut s'interroger sur l'existence d'un profil type de « gaspilleurs ». D'après les sociologues, les adultes gaspillent plus que les enfants, les foyers les plus nombreux gaspillent moins, du fait d'une meilleure gestion des achats par rapport aux personnes vivant seules. Concernant l'impact du revenu sur le gaspillage, il n'y a aucun consensus. Si pour Osner (1982) et Brook Lyndhurst (2007), les personnes disposant des revenus les plus faibles gaspillent moins, pour Dowler (1977) et Wenlock (1980), il n'est pas possible d'établir de corrélation sur ce point. L'étude de France Nature Environnement « du gaspillage à tous les étages » (FNE, 2013) conclut qu'il est impossible d'établir le profil type du gaspilleur. Au même titre que Guillaume Garot, ancien ministre délégué à l'agroalimentaire, (Garot,

⁶ Le REGAL est inséré au sein du CREPAQ : Centre Ressource d'Écologie Pédagogique d'Aquitaine. Ce réseau a pour partenaires financiers le département de la Gironde, l'ADEME, la région Nouvelle Aquitaine et France Nature Environnement.

Ce réseau abrite Radio O2, Arbio Aquitaine, USSGETOM Aquitaine, Auchan, l'International Urban Food Network, Aprifel, Zéro Gâchis, le Semoctom, la Recharge, Ekolodgeek.com, Carrefour, Partage ton Frigo, Les restaurants du cœur, Bordeaux Sciences Agro, Mon local, Agrobio Gironde, Colibris Gironde, l'association Territoires et Innovation Sociale Gironde, la fondation pour une agriculture durable en Aquitaine, la Croix Rouge Française, E. Leclerc, Loc'halle bio (groupement de producteurs maraîchers), le REFEDD (REseau Français des Etudiants pour le Développement Durable), Graine Aquitaine, la communauté d'Agglomération Bassin d'Arcachon Sud, le Bocal local, l'ACCOT Gironde, Agrisud International, Terre de liens, So Phenix, les Banques Alimentaires, Saluterre, Etu'Recup, Evolution Groupe, les Petits Cageots, la Chambre d'Agriculture d'Aquitaine, les villes de Bordeaux, de Pessac, de Bègles, de Mérignac, du Haillan, d'Ambarès-Lagrave, Bordeaux métropole et l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH Gironde).

2014), l'étude démontre un partage des responsabilités entre l'ensemble des acteurs de la filière agroalimentaire.

Si l'on exclut les pertes générées à la production (pertes et non gaspillage), les causes sont multiples. Pour les analyser, il faut nécessairement faire varier à la fois l'échelle spatiale considérée et l'échelle temporelle, entre réglementation prenant effet immédiatement et évolution de la société.

A la transformation, ils peuvent se produire en cas de procédés industriels sous optimaux. Ils peuvent aussi être le résultat de normes (calibrage) imposées par le régulateur à la demande de l'aval de la filière (distributeurs et consommateurs mais aussi lobbies).

A la distribution, plusieurs raisons sont invocables. Le gaspillage peut être la conséquence de commandes inadéquates, de casse lors de la mise en rayon, de difficultés à prévoir la demande des clients, du comportement dudit client qui peut dégrader le produit en le manipulant. Il s'agit là du gaspillage direct sur site, c'est à dire au sein même de l'espace de vente, souvent le seul que les études imputent au secteur de la distribution. Mais celui-ci doit être évoqué, accompagné du gaspillage indirect⁷, lequel a des effets sur l'amont et l'aval de la filière. Ainsi, on peut évoquer le calibrage mais aussi les relations contractuelles, notamment avec les industries alimentaires pour l'amont. En ce qui concerne l'aval, les stratégies marketing des supermarchés (2 pour le prix d'un, format familial)⁸ induisent une surconsommation du client ou les incitent en ce sens.

On le voit, l'impact de la grande distribution ne se limite pas à son seul gaspillage, il faut envisager ce gaspillage au niveau de la filière agroalimentaire et des circuits de commercialisation. Bien sûr, chaque acteur est responsable à titre individuel, mais il sera impossible d'atteindre l'objectif fixé par l'Union Européenne d'une réduction par deux du gaspillage alimentaire d'ici 2025 sans une réflexion portée sur le système alimentaire (PE, 2012). D'après Lebailly (1990), une filière est « un ensemble homogène d'activités économiques reliées verticalement par des échanges commerciaux ». Cette approche, fondée sur les interactions entre acteurs va nous permettre de comparer deux modèles organisationnels antagonistes que sont le modèle « consommation de masse » et le modèle « circuit court ».

⁷ La plupart des études mentionnent et décrivent le phénomène mais je n'ai pas trouvé de données en France sur ces questions. L'ouvrage de Tristram Stuart « Global Gâchis » donne un aperçu plus détaillé de la situation en Angleterre.

⁸ Sur le lien entre promotions et gaspillage alimentaire, voir en particulier les travaux de Guillaume Leborgne de l'UMR MOISA (Marchés, Organisations, Institutions et Stratégies d'Acteurs). Sa thèse s'intitule : « Sensibilité du consommateur au gaspillage alimentaire : conceptualisation, antécédents et conséquences ».

Se focaliser sur cet angle d'analyse ne peut nous conduire à l'exhaustivité en ce qui concerne les stratégies possibles des réductions du gaspillage. En effet, le gaspillage en Restauration Hors Foyer (RHF) ne sera pas abordé.

Avant d'observer ce qu'implique tel ou tel circuit de commercialisation en termes de gaspillage (3ème partie), il convient dans la deuxième partie de montrer combien la réflexion sur les circuits de commercialisation est corrélée avec les choix et les attentes du consommateur final.

II. Circuits courts versus modèle agro industriel, deux idéaux-types antagonistes

Cette deuxième partie vise à comparer deux modèles organisationnels en faisant ressortir les caractéristiques principales de chacun d'entre eux.

II.1 De la filière agroalimentaire au rôle central du producteur

Il convient de faire une remarque liminaire. Dans cette partie, les caractéristiques présentées seront idéales-typiques au sens de Max Weber, c'est-à-dire qu'elles ne seront pas fidèles au réel mais aideront à sa compréhension. Il faut donc voir ce qui suit comme un outil d'analyse et non pas comme le reflet d'une situation très hétérogène.

II.1.1 La grande distribution et les grands groupes agroalimentaires, clé de voûte du modèle consommation de masse

Emily Rosenberg définit la consommation de masse comme « une production de masse et un système de vente de masse qui suppose une disponibilité toujours plus grande de biens dans une culture qui privilégie l'achat et la vente, le désir, le glamour et des identités souples et consuméristes » (Rosenberg, 2009). Cette définition, en plus de prendre en considération des dimensions économiques, prend en compte les éléments qui touchent à des valeurs et même à l'organisation de la société.

Il convient à présent de faire un bref historique du modèle de consommation de masse. C'est un modèle importé des Etats Unis dans les années 1960. Marie Laure Djelic établit qu'en

France, en Allemagne et en Grande Bretagne, les structures politiques et économiques étaient plus favorables à l'acceptation du plan Marshall⁹ conduisant à une américanisation de la société dans son ensemble (Djelic, 2001)

Historique de la grande distribution en France

En France, on peut distinguer trois phases successives qui sont à peu près les mêmes pour les grands groupes agroalimentaires et pour la grande distribution.

Dans un premier temps (1963-1973), la grande distribution et les grands groupes agroalimentaires mettent à disposition une gamme de produits indifférenciés, ce qui apparaît à l'époque comme révolutionnaire. En 1963, l'ouverture du premier hypermarché de France, à Sainte-Geneviève des Bois, apparaît comme un pari. En effet, à l'époque, le commerce de détail domine largement et rien ne dit que le modèle importé des États-Unis soit un succès. Pourtant, ce fut le cas et le secteur de la grande distribution a connu un fulgurant essor jusqu'en 1973. Ainsi, on trouve, en France, 218 hypermarchés en 1972 et 337 en 1977 (Daumas, 2006). Cette première période s'achève en 1973 pour deux raisons principales que sont la promulgation de la loi Royer¹⁰ mais surtout la fin des Trente Glorieuses, causée par le premier choc pétrolier.

Pour faire face à ce nouveau contexte, la grande distribution va s'adapter sous trois axes principaux: la diversification, l'internationalisation et le développement des marques de distributeurs. L'internationalisation se produit d'abord dans d'autres pays d'Europe où la concurrence est faible. Les groupes français évitent ainsi l'Allemagne et la Grande-Bretagne. Le groupe Carrefour s'implante par contre, dès 1976, en Espagne.

Depuis les années 1990, le secteur de la grande distribution connaît une mutation profonde et la défiance du consommateur grandit. Pourtant, certains groupes comme Carrefour ont anticipé. Ainsi, d'après Jérôme Bourdieu, Carrefour avait développé une filière qualité avant la crise de la vache folle (Bourdieu, 2003). Face au développement du hard-discount importé d'Allemagne, le nombre d'enseignes étant passé de 112 en 1989 à 3889 en 2005, la grande distribution dite classique a dû rester compétitive tout en proposant un niveau de service suffisant et une

⁹ Le Plan Marshall est un plan d'assistance financière à destination des pays de l'Europe de l'Ouest, les pays du bloc communiste l'ayant rejeté.

¹⁰ La loi Royer du 27 décembre 1973 est destinée à protéger le commerce de proximité et impose des procédures d'autorisation pour l'ouverture des grandes surfaces.

différenciation qualitative avec le développement de marques telles Reflets de France. On assiste désormais à une consommation de masse personnalisée (Daumas, 2006). Face à la volatilité des préférences des clients, les quatre groupes français de la grande distribution ont développé des stratégies de fidélisation du client (Barrey, 2005).

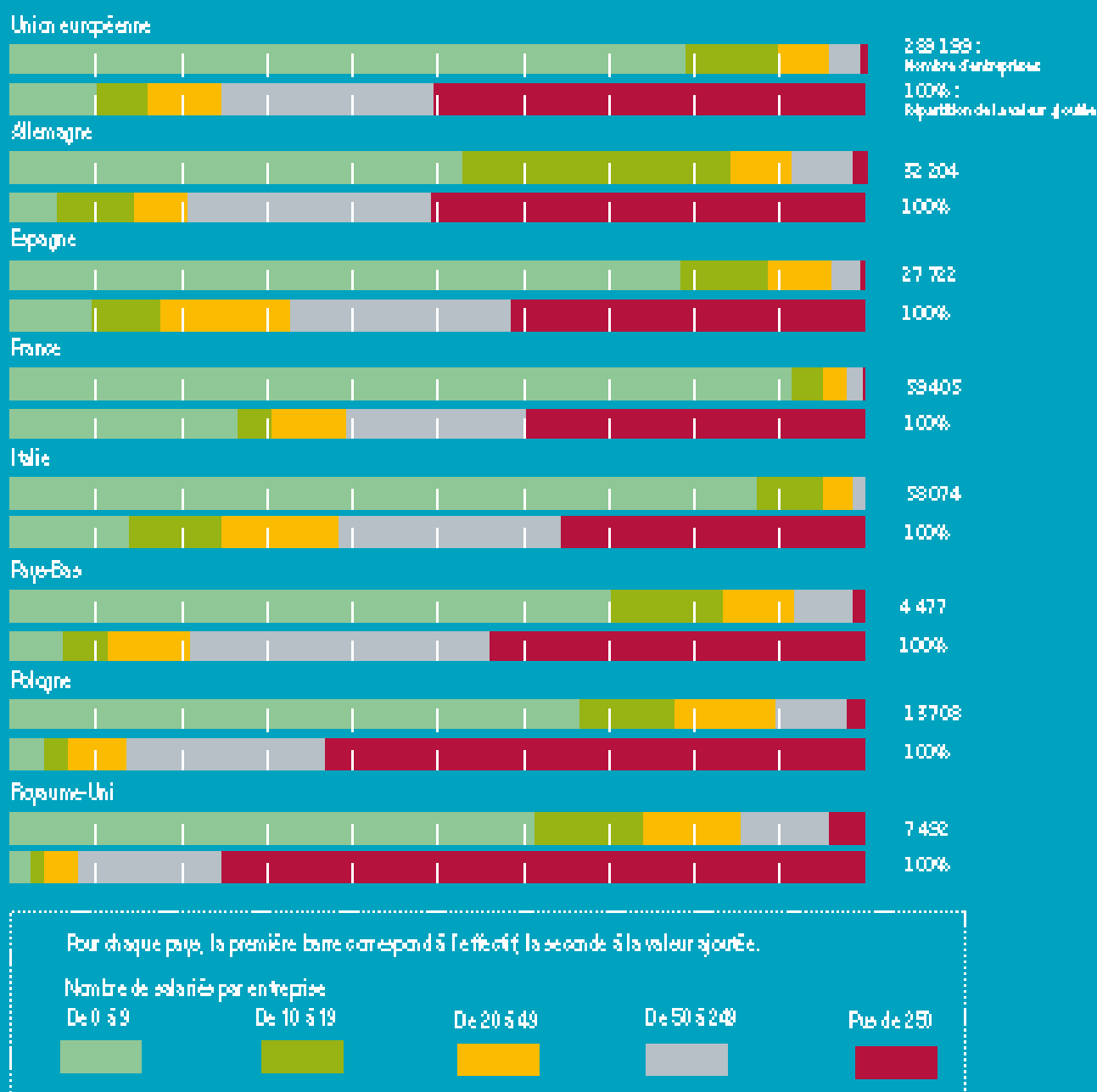
D'après Rastoin (2008), on assiste à un mouvement paradoxal entre concentration des activités agro-industrielles et de distribution et individualisation de la consommation. Au niveau mondial, les dix premières entreprises agroalimentaires mondiales ont en moyenne 119 000 employés et réalisent un chiffre d'affaires de 47 milliards de dollars. Danone, première entreprise française arrive au 13^{ème} rang en réalisant un chiffre d'affaires de 17 milliards de dollars, soit cinq fois moins que Nestlé et 1,9 milliards de profit soit six fois moins que Nestlé (Rastoin, 2008).

Au niveau de la distribution, la concentration est plus forte encore, les plus grands groupes ayant quasiment fait disparaître les distributeurs indépendants. Walmart Stores est devenu la plus grande entreprise mondiale devançant les groupes pétroliers. Carrefour, numéro trois mondial du secteur est environ cinq fois plus petite. Suivent le britannique Tesco et l'allemand Metro. Ainsi le système alimentaire mondial est dominé par un petit nombre d'entreprises (40 environ) dont la plupart appartiennent aux 500 plus grandes entreprises (Rastoin, 2008).

En France, le paysage est similaire à celui dépeint au niveau mondial. En effet, la grande distribution est aujourd'hui composée de quatre grandes centrales d'achat (Carrefour, Auchan, Casino et Leclerc) contre sept jusqu'en 2014. Au niveau des industries agroalimentaires, 30% des entreprises comportent moins de dix salariés mais n'opèrent que 10% de la valeur ajoutée. A l'inverse, les entreprises de plus de 250 salariés représentent moins de 1% du total des industries agroalimentaires en France mais 40% de la valeur ajoutée. Les groupes Danone (13^{ème} mondial et 15^{ème} européen) Lactalis (respectivement 15^{ème} et 5^{ème}) et Pernod Ricard (43^{ème} et 12^{ème}) dominant le secteur agroalimentaire français (Eurostat, 2011).

Graphique 2 - Union européenne : distribution des industries alimentaires et de fabrication de boissons par classe d'effectifs en nombre d'entreprise et en valeur ajoutée dans les principaux États membres (en % du total)

Source : Eurostat, Activités industrielles par classe de taille des effectifs (NACE Rév.2, B-E) en 2011, traitement MAAF/BIAA



Source : Eurostat, 2011, Activités industrielles par classe de taille des effectifs (NACE, Rév, B-E), traitement MAAF/BIAA

D'après une étude de Hercberg, 80% des produits sont transformés (Hercberg, 2000), ce qui souligne l'importance des industries agroalimentaires dans le modèle de consommation de masse. En incluant le hard discount et les grandes et moyennes surfaces spécialisées, plus de 80% de notre alimentation est achetée en grande surface. Pourtant l'étude de Ritzenthaler (2016) comme

de nombreuses autres font état de la crise d'un modèle marqué par la quête toujours exacerbée des prix bas ce qui est l'une des explications aux fusions observées en 2014.

Le modèle « consommation de masse », en plus de son caractère concentré fait intervenir un grand nombre d'acteurs entre le producteur et le consommateur, ce qui a tendance à engendrer une perte de repères du consommateur en ce qui concerne l'origine du produit. Dans ce contexte, une alternative, parmi d'autres a émergé, en l'occurrence les circuits courts.

II.1.2 La multipositionnalité du producteur au sein du circuit court

Le modèle « consommation de masse » décrit précédemment repose principalement sur les industries agroalimentaires et la grande distribution. Il est cependant évident que le producteur y tient une place prépondérante, puisque sans production, il n'y a rien à transformer et rien à vendre.

La question n'est pas de savoir si le producteur exerce une influence sur le modèle mais plutôt de voir quels sont les rapports de forces. En vendant sa production à des coopératives ou à des négociants qui rémunèrent au prix en vigueur sur les marchés internationaux, chaque producteur pèse peu face aux grands groupes de l'agroalimentaire et de la grande distribution.

Pour remédier en partie à cette situation et pour rapprocher producteur et consommateur, l'Etat soutient le développement de circuits courts depuis le « plan Barnier ». Ce plan vise en priorité à améliorer les connaissances sur les circuits courts et les diffuser, adapter la formation des agriculteurs aux exigences des circuits courts, favoriser l'installation en circuits courts et mieux organiser les circuits courts (MAAF, 2009).

Compte tenu de la définition promue par le ministère de l'agriculture, vendre en circuit court renferme en réalité une grande hétérogénéité de pratiques allant de la vente à la ferme à la vente de produits fermiers, à des commerçants détaillants ou à une grande surface en ayant recours à un intermédiaire.

Modalités de vente en circuits courts

Vente directe par le producteur lui-même			Vente via 1 intermédiaire	
Individuel	Collectif producteurs	Collectif Producteur(s)- consommateurs	Individuel	Collectif
Vente à la ferme	Marché à la ferme	AMAP ³	Artisans - commerçants	Boutique en dépôt vente
Marchés plein vent	Marché paysan		GMS	Intermédiaire associatif, coopératif
Foires	PVC ⁴		Restaurateur	Groupement pour restauration
Paniers livrés	Paniers sur stand collectif		Collectivité	Collectivité (cantine...)

Source : Conseil de développement du pays d'Ancenis, 2015 : Les circuits courts alimentaires de proximité en pays d'Ancenis, p.8

En dépit de cette diversité, nous pouvons établir deux caractéristiques communes concernant les circuits courts.

La première concerne la proximité entre producteurs et consommateurs. Le locavorisme est un phénomène qui consiste à s'alimenter avec des aliments produits localement. Cette nouvelle tendance de consommation s'inscrit parfaitement dans la logique des circuits courts.

La deuxième caractéristique vient du poids renforcé du producteur. En effet, entre un circuit de commercialisation traditionnel et un circuit court, la répartition de la valeur ajoutée sur la chaîne se trouve modifiée au profit du producteur. Cela est aussi dû au fait que le producteur occupe plusieurs fonctions au sein de la chaîne d'approvisionnement, ce qui explique la nécessité d'acquérir de nouvelles compétences. Ainsi, selon Jacques Mathé, économiste au CER France et professeur associé à l'université de Poitiers, la réussite en circuit court est conditionnée par quatre phases. D'abord, il faut trouver l'idée, ensuite il convient d'acquérir des compétences, que ce soit au niveau de la transformation, de la vente, de la relation client ou de la communication et de la maîtrise de nouvelles technologies. Ensuite, il faut établir un plan d'affaires et enfin penser sa stratégie commerciale en réfléchissant à la fixation d'un prix de vente qui soit supportable pour le consommateur mais qui permette d'assurer une rémunération correcte pour le producteur (Mathé, 2015).

Le producteur, par la diversité des compétences qu'il acquiert mais aussi par la structuration de réseaux de producteurs occupe un espace multi positionnel, au sens de Boltanski (Boltanski, 1973). Ainsi, au lieu d'être atomisé, le producteur se retrouve à la base d'un réseau agricole mais ses activités se trouvent prolongées dans le champ commercial et parfois dans le

champ politique. Il convient cependant de noter que la participation politique des agriculteurs au sein d'organisations professionnelles n'est pas réservée aux seuls producteurs en circuits courts.

Au niveau national, le poids moyen des circuits courts est de 5 à 6% au niveau de la consommation (Conseil de développement du pays d'Ancenis, 2015). Ce volume apparaît faible comparé au 80% évoqué précédemment pour la grande distribution.

Avant de comparer deux matrices SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) pour l'entreprise, l'une illustrant le modèle consommation de masse, l'autre donnant un exemple d'entreprise en circuits courts, il convient d'analyser la structure de la demande pour dégager des tendances.

II.2 Du consommateur au consom'acteur

Depuis toujours, la consommation alimentaire est un élément structurant des sociétés humaines, puisqu'il ne peut y avoir de vie sans accès à la nourriture. Jusqu'à l'industrialisation et l'arrivée de la consommation de masse, marquée par une baisse générale du prix des aliments, le consommateur disposait d'une autonomie limitée dans ses choix alimentaires. Il s'alimentait la plupart du temps dans des commerces de proximité. Le développement de la grande distribution va apparaître comme une révolution, ouvrant le champ des possibles pour le consommateur.

II.2.1 L'impossible définition du consommateur type au niveau agrégé

Si l'offre alimentaire s'est accrue et diversifiée, il est nécessaire d'observer ce qui ressort du côté de la demande. Cette première section cherche à établir une typologie du consommateur à travers son comportement de consommation.

D'après l'étude de Dembo et al. (2013), on constate une fréquentation accrue des commerces alimentaires spécialisés (+9% par rapport à l'étude précédente en 2005) mais aussi du hard discount (+6%) et des magasins surgelés (+7%). Il faut également noter le développement du drive et du commerce par internet (+4%). La première lecture de cette étude semble faire apparaître une contradiction. En effet, la même étude souligne le développement du commerce alimentaire de proximité (boucherie, charcuterie de quartier) et du hard discount. Cette contradiction apparente s'explique par une hiérarchisation différente des préférences selon les

consommateurs. Ainsi Dembo et Duchen distinguent cinq profils. Le circuit de distribution varie tout comme la sensibilité au prix et à la proximité.

L'étude distingue les *éclectiques des enseignes de proximité* qui habitent plutôt dans un milieu urbain dense. Ils sont en général plus diplômés que la moyenne et accordent plus d'importance à l'écologie et à la qualité de l'alimentation que la moyenne. Ils sont peu sensibles aux prix.

On trouve ensuite les *éclectiques des commerces indépendants*, ce sont plutôt des hommes seuls qui accordent une grande importance à la proximité mais aussi aux labels. Ils sont peu sensibles aux prix.

Deux autres profils se distinguent par leur forte sensibilité aux prix. Pour autant leurs profils sont très différents. On trouve d'un côté les *massificateurs* qui privilégient l'achat en supermarchés en y associant le drive et l'achat par internet. De l'autre les *conquis du hard discount* ont en moyenne des revenus plus faibles et sont moins diplômés. Ils sont peu sensibles à la marque ou au label. Ces deux groupes considèrent les achats alimentaires comme une contrainte.

Enfin les *papillonneurs* fréquentent tous les circuits de distribution, ont plus de temps car sont souvent à la retraite. Considérant les courses comme une activité de loisirs, ils sont très sensibles à la qualité.

On le voit, les attentes du consommateur sont hétérogènes. Pour autant, la proximité géographique par rapport au magasin apparaît comme le premier critère de choix (pour 55% des consommateurs) devant le prix, critère apparaissant en second (39% le cite en premier ou en deuxième choix) (Dembo et al, 2013). Le prix est un critère en hausse de 7% par rapport à l'étude de 2005. Cette plus grande sensibilité aux prix s'explique notamment par la crise économique de 2008 qui a fait augmenter la contrainte sur le budget dédié à l'alimentation.

II.2.2 Evolution des attentes des consommateurs et réaction de l'offre

Si la contrainte budgétaire sur l'alimentation augmente le consommateur se trouve de plus en plus libre en ce qui concerne la composition et la structuration de ses repas. En effet, les contraintes liées à la religion (jours gras, jours maigres) diminuent de même que la structuration des repas s'atténue. Ces choix sont donc de moins en moins cadrés. C'est la raison pour laquelle les consommateurs (hormis peut-être ceux qui fréquentent assidûment le hard discount) sont de plus en plus averses au risque alimentaire (Hercberg, 2000). Cette aversion a été renforcée par les crises sanitaires évoquées précédemment. Le consommateur est en quête de repères d'où une demande

accrue de traçabilité. Dans le même temps, certains consommateurs sensibles aux prix recherchent le prix le plus bas possible, la commodité d'emploi et une disponibilité maximum en termes de nombre de produits. En 1998, Bertail et Combris faisaient déjà référence à la diversité croissante des comportements alimentaires. Cela se traduisait en termes d'alertes pour le consommateur (Bertail et al., 1998). Plus récemment, les enjeux liés à la nutrition¹¹ ou ceux liés au développement durable, ont émergé.

On l'a vu, face aux évolutions des préférences des consommateurs, la grande distribution s'est adaptée en développant des filières qualité ou des marques telles que Reflets de France. On peut néanmoins se demander si ses adaptations vont suffire face à la crise d'image dont elle pâtit (Dembo et al., 2013). La fréquentation de la grande distribution stagne quand dans le même temps, celle des circuits courts connaît une progression rapide.

D'après le programme CODIA « Circuits courts en Europe, Opportunités commerciales et DIAlogues avec la société » (GRET, 2013), 42% des personnes interrogées avaient acheté un produit issu des circuits courts au cours du dernier mois. Parmi ces consommateurs, 44% fréquentent les circuits courts depuis 1 à 5 ans et 13% depuis moins d'un an. Cela traduit bel et bien le dynamisme des circuits courts, le marché étant pour 37% des acheteurs en circuits courts, le point de vente le plus fréquenté devant la vente directe à la ferme (16%) et le magasin de producteur (9%).

Concernant la nature des produits, les fruits et légumes sont les premiers produits achetés en circuits courts et les acheteurs consacrent en moyenne plus d'argent pour leur consommation alimentaire. D'après l'enquête nationale liée au programme CODIA, ils dépensent 107,44 euros contre 96,69 euros pour les autres (GRET, 2013). Selon cette même enquête, 84% des acheteurs en circuits courts pensent que le produit est de meilleure qualité par rapport aux produits issus de la grande distribution. Par contre, ils ne sont que 30% à penser que la qualité qu'ils jugent supérieure doit se retrouver dans le prix de vente. Pour 40% au contraire, la réduction du nombre d'intermédiaires doit entraîner une baisse des prix de vente.

Cette enquête semble démontrer le dynamisme des circuits courts, même si on le voit, la grande distribution reste de loin le circuit le plus fréquenté. Il faut néanmoins souligner que le développement d'alternatives au modèle dominant traduit une crise dont il est trop tôt pour tirer les enseignements.

¹¹ Lancé en 2001, le programme national nutrition santé est un plan de santé publique qui vise à améliorer l'état de santé de la population en améliorant la nutrition. Elle s'entend comme l'équilibre entre les apports liés à l'alimentation et les dépenses occasionnées par l'activité physique (PNNS, 2001).

II.3 Deux entreprises pour deux modèles organisationnels bien différents.

Il peut paraître bien singulier de comparer dans la même étude un géant de la distribution comme Carrefour et un producteur laitier qui vend une partie de sa production en circuit court. C'est pourtant la démarche à laquelle je me suis livré, en essayant d'identifier les forces et les faiblesses de chaque entreprise au travers une matrice SWOT.

II.3.1 Carrefour « un colosse aux pieds d'argile » ?

La crise de la grande distribution évoquée plus haut a-t-elle touchée le leader français du secteur, en l'occurrence Carrefour ? Dans un premier temps, nous présenterons les chiffres clés du groupe (rapport financier annuel). Puis nous établirons une matrice SWOT.

II.3.1.a Chiffres clés de l'entreprise

Le groupe Carrefour a réalisé un chiffre d'affaires de 84,3 milliards d'euros en 2013, soit une hausse de 1,9% à charges constantes par rapport à l'année précédente. Le groupe dispose de 10 105 points de vente répartis dans 34 pays. Parmi ces 10 105 points de vente, 1 421 sont des hypermarchés, 2 917 des supermarchés et 5 593 des magasins de proximité. On trouve aussi 138 magasins de gros réservés à l'usage des professionnels. Par ailleurs le groupe dispose de 348 unités de vente en drive dont 143 ouvertes rien que pour l'année 2013 (rapport financier annuel).

Le groupe dispose de points de vente en Europe et y réalise 73% de son chiffre d'affaires dont 47% en France, viennent ensuite l'Amérique Latine (18% du CA) et l'Asie (9% du CA). Cette présence à l'international, associée aux différents formats de vente et à la diversité des produits vendus donne au groupe une capacité de résilience face à la crise dans un contexte ultra concurrentiel.

II.3.1.b Matrice SWOT Carrefour

Forces	Faiblesses
Forte présence internationale Approche multi-format Diversifications réussies par rapport au cœur de métier Panachage réussi à l'international entre savoir faire français et adaptation locale	Ventes sur le marché domestique Dynamique d'entreprise en perte de vitesse malgré un rebond en 2013
Opportunité	Menaces
Entrée sur les marchés émergents (Chine, Brésil) Développement des ventes en ligne	Inquiétude des consommateurs sur la qualité des produits Pression des principaux concurrents, notamment sur les marchés asiatiques et sud américains

Réalisation à partir du chapitre 1 du rapport annuel financier 2013 de Carrefour

Carrefour reste leader au niveau national en termes de parts de marché. Pour autant, comme pour les autres groupes du secteur, les perspectives de croissance à long terme restent incertaines et dépendront de l'adaptation aux nouvelles attentes des consommateurs.

II.3.2 La Ferme du Bout du Bosc et la vente en circuits courts

Grâce à un entretien avec Bernard Gois, gérant de l'exploitation et président de l'Association des Vendeurs Directs de Produits Laitiers de Haute-Normandie, j'ai pu obtenir les informations qui suivent.

II.3.2.a Présentation de l'entreprise

La ferme du Bout du Bosc est une exploitation agricole, localisée en Seine-Maritime, qui produit sur 105 ha. La production laitière est de 600 000 litres de lait dont 400 000 litres sont valorisés en circuits courts sous forme de crème, beurre et yaourts entre autres. Cette activité génère 80% du chiffre d'affaires et emploie 4,5 personnes. En ce qui concerne les modalités de vente, 15% du volume est vendu en vente directe à la ferme et 85% est valorisé en vente indirecte, soit auprès des grandes surfaces (60%), soit auprès des collectivités (25%). Cette présentation illustre à la fois la diversité des modalités de vente et de débouchés en circuits courts.

Cette diversité impose au producteur de s'adapter aux exigences des différents marchés. Cela lui laisse également le choix de se positionner sur certains segments de marché. La vente en circuit court impose en revanche au producteur de respecter les normes sanitaires strictes¹² puisqu'il se trouve en lien direct avec le consommateur. Comme nous l'avons vu précédemment, celui-ci estime que, dans ce type de circuit, la qualité sera supérieure. Il en va donc de la crédibilité du producteur de répondre à cette attente.

II.3.2.b Matrice SWOT de la ferme du Bout du Bosc

Suite à un entretien, j'ai pu établir la matrice SWOT de l'entreprise.

Forces	Faiblesses
Qualité organoleptique des produits Indépendance Réactivité face aux attentes Meilleure traçabilité	Risques bactériologiques Pression sur la main d'oeuvre Peu d'économie d'échelle possible
Opportunités	Menaces
Secteur en pleine expansion Proximité de Paris	Concurrence saturation du marché à terme

Réalisation à partir des propos de B. GOIS, gérant de la ferme du Bout du Bosc

¹²Depuis 30 ans les normes sanitaires se sont considérablement renforcées, soumettant aujourd'hui les exploitations en vente directe à l'agrément communautaire.

La matrice SWOT permet d'identifier l'un des risques les plus importants auxquels sont exposés les producteurs en circuits courts, en l'occurrence le risque bactériologique. Pour diminuer ce risque et pour relancer la vente directe, l'AVDPL (Association des Vendeurs Directs de Produits Laitiers) a été créée en 2000. Elle accompagne et forme les producteurs à la maîtrise des risques sanitaires. Elle permet également de structurer et d'aider les agriculteurs qui souhaiteraient effectuer une conversion des circuits de commercialisation traditionnels vers de la vente directe.

Après avoir présenté les deux modèles, étudier comment se structuraient la demande et les attentes du consommateur et effectuer deux études de cas, une par modèle, il convient à présent de confronter ces deux modèles aux enjeux du gaspillage alimentaire. Cela nous permettra de voir où les gaspillages se produisent pour chacun d'entre eux et d'émettre des pistes de solutions.

III. Deux modèles confrontés à la problématique du gaspillage

Chacun des deux modèles présente des fragilités, lesquelles entraînent une utilisation et une valorisation sous optimale de la ressource. Ces faiblesses expliquent une partie du gaspillage alimentaire. En revanche, le gaspillage du consommateur final obéit à une autre logique et n'est pas dépendant du circuit de commercialisation.

III .1 Modèle agro-industriel et gaspillage alimentaire

Nous aborderons successivement le gaspillage de surproduction engendré par exemple par les marques de distributeurs et les déséquilibres significatifs dans la relation contractuelle, l'impact du calibrage et l'effet des promotions.

III.1. 1 Déséquilibres significatifs et marques de distributeurs

Du fait des rapports de forces existants, il peut exister un déséquilibre significatif dans les relations commerciales entre les industries agroalimentaires et la grande distribution. Ce déséquilibre, en plus de rompre l'équité des relations entre partenaires peut être à l'origine d'un gaspillage. En revanche, le périmètre de ce qui peut être considéré reste flou. Par exemple, le fait d'imposer la clause de reprise des invendus par les fournisseurs, en cas d'absence de vente par le distributeur, était pratique courante. Dans ce cas, le fournisseur se retrouvait avec un lot de produits qu'il ne pouvait valoriser ou même stocker faute de place. Il n'avait alors d'autres solutions que de jeter la marchandise, d'autant plus que celle-ci était proche de la date de péremption. Les produits vendus sous marques de distributeur (MDD) sont encore plus exposés au gaspillage puisque le fournisseur qui les reprend doit retrouver un nouveau débouché dans la même enseigne. Cela s'avère alors aléatoire.

Pour tenter de rééquilibrer les choses, la loi de modernisation de l'économie (LME n° 2008-776) indique que le déséquilibre significatif « engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à

réparer le préjudice causé ». La clause de reprise des invendus, au même titre que l'imposition d'un taux de service constitue un déséquilibre significatif pour la jurisprudence. Le Secrétaire d'Etat à la consommation Hervé Novelli avait déjà assigné en justice en 2009, Carrefour, Casino, Auchan, Leclerc, Cora, Système U, Intermarché, Castorama et Darty pour dénoncer des pratiques commerciales abusives. En juillet 2013, dans une affaire EMC Distribution contre Ministère de l'économie, le groupe Casino a été condamné pour avoir imposé une clause de reprise des invendus (ILEC, 2015).

La loi Hamon du 17 mars 2014 renforce le dispositif en rappelant la primauté des conditions générales d'achat sur les conditions générales de vente.

Le déséquilibre dans les relations commerciales n'est pas la seule source de gaspillage potentielle lorsque l'on observe le circuit de commercialisation traditionnel. En effet, le calibrage est source d'un gaspillage estimé par Nicolas Chabanne, fondateur des Gueules Cassées à 1,4 millions de tonnes, dont 10 000 valorisées par l'initiative.

III.1.2 Le calibrage et l'esthétisme du produit

Ce gaspillage concerne en priorité les fruits et les légumes. Pour répondre aux exigences des consommateurs, la grande distribution impose des critères stricts de calibrage. Les producteurs ou les industries agro-alimentaires se trouvent dans l'impossibilité de valoriser une part significative de leurs produits, qui sont jetés la plupart du temps.

Face à ce constat et pour faire évoluer les mentalités, Nicolas Chabanne a lancé en 2013 la marque « les Gueules Cassées ». Ce n'est pas la première initiative de ce genre, mais faute de signalétique adaptée ou de pédagogie, elles se sont soldées par des échecs sur le plan économique.



source : www.lesgueulescassees.org

Ce n'est pas le cas des Gueules Cassées qui s'exportent aujourd'hui dans 25 pays et valorisent trois types de produits. On trouve d'abord les produits présentant un défaut de forme ou d'aspect vendus 30% moins chers. Ensuite, les produits qui ne respectent pas les cahiers des

charges du fabricant trouve une valorisation. Enfin, les produits se rapprochant de la date limite de consommation (DLC) sont 30 à 50% moins chers.

A partir d'une initiative locale (Vaucluse) et privée se construit un collectif. Ainsi, Carrefour développe la gamme «Tous Antigaspi». Monoprix commercialise des produits sous la mention «Quoi Ma Gueule» et Leclerc sous la marque «Gueules Cassées». Par ailleurs, le fonds d'investissement américain Global Emerging Market projette d'investir 6 millions d'euros dans le développement de ce concept aux États-Unis et au Moyen-Orient (Wikiagri, 2016).

Outre ces initiatives privées, la réglementation européenne s'est assouplie. Depuis le 1er juillet 2009, seuls treize fruits et légumes sont soumis à des normes spécifiques de commercialisation. Dix sont fixées par l'Union Européenne et trois par la France (CTIFL, 2009). Le règlement 543/2011 de la commission européenne établit la liste de ces produits : pommes, agrumes, kiwis, laitues, chicorées frisées et scaroles, pêches et nectarines, poires, fraises, poivrons doux, raisins de table et tomates (CE, 2011). La France ajoute à cette liste la pomme de terre, l'échalote et la truffe. Pour tous les autres fruits et légumes est appliquée la norme générale. Les produits sont alors jugés commercialisables s'ils sont d'une qualité saine, loyale et marchande.

Après avoir discuté des effets du calibrage sur le gaspillage alimentaire, il s'agit à présent d'étudier l'impact du marketing et de la publicité sur le gaspillage alimentaire.

III.1.3 La publicité au volume, incitation à gaspiller

Dans sa thèse « Sensibilité du consommateur au gaspillage alimentaire : conceptualisation, antécédents, et conséquences » (Le Borgne, 2015), Guillaume Le Borgne montre combien la publicité contribue à la marchandisation de la nourriture. Il énumère trois effets pervers que sont le stockage, la surconsommation et le gaspillage¹³.

D'après l'étude américaine « Spending on the fly, mental budget, promotions and spending behavior » lorsque le consommateur économise 1 dollar sur son budget, il dépense 4 dollars non prévus (Spilley, 2010).

Pour remédier à cette problématique, le gouvernement de Gordon Brown a interdit en 2008, les promotions au volume, 3 pour le prix de 2. Il a proposé, à la place le dispositif BOGOF, Buy One Get One Free later. Ce type de réglementation n'est pas, à ma connaissance, présente en France.

¹³Depuis un dizaine d'année, la surconsommation est considérée par certains auteurs comme étant du gaspillage, mais cela ne recueille aucun consensus à l'heure actuelle.

Nous l'avons vu, le modèle agro-industriel qui a permis la consommation de masse induit du gaspillage. La réglementation ou des initiatives citoyennes peuvent substantiellement réduire celui-ci. La clé réside dans la coopération des acteurs et la coordination des dispositifs.

Il convient maintenant d'observer les gaspillages fréquents en circuits courts.

III.2 Circuits courts et gaspillage alimentaire

Les circuits courts permettent une réduction du nombre de participants à la chaîne d'approvisionnement. En dépit de cette réduction, faire correspondre offre et demande n'est pas chose aisée.

III.2.1 La logistique, point de vigilance des circuits courts

John Mentzer et William Dewitt définissent la chaîne logistique comme « un groupe d'au moins trois entités (entreprises ou personnes physiques) directement impliquées dans les flux amont et aval des produits, services, finances, et/ou information qui vont d'une source jusqu'à un client » (Mentzer et al., 2001). En circuit court, la difficulté à lisser la production et les volumes relativement faibles empêchent le producteur de réaliser des économies d'échelle. L'offre est également dépendante de la production (saisonnalité, rendement, qualité) et, de ce fait varie. Par conséquent, la rencontre de l'offre et de la demande peut s'avérer délicate. Par ailleurs, un producteur qui transforme et vend ses produits frais ne peut pas toujours remettre ses ventes à la semaine suivante. Ainsi, en circuits courts, la correspondance entre la source (souvent la production et la vente sont assurées au sein d'une même entreprise, du moins en vente directe) et le client, c'est à dire la correspondance entre l'offre et la demande est rendue plus incertaine encore par un nombre réduit de clients. Cette demande est donc fragile et peut varier fortement. Dans ces conditions, si un produit ne trouve pas d'acheteur, il est susceptible être gaspillé.

Compte tenu du faible volume des ventes, dû à la petitesse des structures comparativement à la grande distribution, le gaspillage, faible en volume peut représenter une réduction significative de la marge du producteur.

Des solutions peuvent néanmoins exister pour réduire le gaspillage au minimum possible.

III.2.2 Les nouvelles technologies de l'information et de la communication, un moyen supplémentaire pour réduire le gaspillage.

La vente en circuit court peut apparaître comme une innovation en soi, en ce sens qu'elle s'est redéveloppée en proposant une alternative à la grande distribution. Avant 1960, l'achat de proximité et le commerce de détail constituaient, le mode d'organisation le plus courant. Pour autant, au sein même des circuits courts, l'innovation peut trouver sa place et contribuer à la réduction du gaspillage.

Outre la vigilance, l'habitude et la réactivité du producteur, consistant à adapter le volume produit aux circonstances (fêtes, week-end...), l'organisation des points de vente collectif (PVC) ou la possibilité pour le consommateur de constituer des paniers types sur Internet apparaissent comme autant de solutions pour limiter les invendus (CERD et al., 2013). Ces paniers, si leur contenu est imposé, contribuent à écouler des produits en tension qui pourraient être gaspillés. Bien qu'encore peu développées, du fait du coût de mise en place, ces solutions semblent prometteuses du point de vue de la réduction des invendus.

En revanche, la distribution des invendus propres à la consommation à des œuvres caritatives génère un coût logistique, d'autant plus importants que les volumes sont faibles et irréguliers¹⁴.

L'ensemble de ces innovations montrent combien les circuits courts tendent à se structurer. Ceci masque pourtant une grande hétérogénéité en termes de pratique comme de rentabilité.

Confronter deux circuits de commercialisation au gaspillage fait apparaître un acteur clé : le consommateur final.

III.3 L'approche par la théorie des pratiques

Alors que les données chiffrées sur le gaspillage manquent ou sont très difficiles d'accès, il apparaît clairement que, quelque soit le circuit de commercialisation, les pratiques du consommateur jouent un rôle crucial dans la survenue ou non du gaspillage alimentaire. Le Parlement Européen, dans sa résolution du 19 janvier 2012 affirme qu'il « est impératif de réduire le gaspillage tout au long de la chaîne alimentaire, du champ à l'assiette des consommateurs ». A cette fin, il souhaite promouvoir « les relations directes entre les producteurs et les

¹⁴ Depuis la loi promulguée le 9 février 2013, la grande distribution à l'interdiction de javelliser les invendus et devra signer une convention avec une ou plusieurs associations caritatives dans le but de redistribuer les invendus encore comestibles aux personnes les plus vulnérables.

consommateurs et de raccourcir la chaîne agro-alimentaire » (PE, 2012). La réalisation de cette affirmation restera un vœu pieux sans la participation des consommateurs en tant que groupe d'acteurs.

Ainsi, dans la lignée des pères fondateurs Théodore Schatzki et Andrea Reckwitz, Sophie Dubuisson-Quellier et Marie Plessz indiquent que la « théorie des pratiques s'oppose à la fois aux analyses de la consommation reposant sur un individu rationnel et sur des approches théoriques centrées sur la dimension symbolique de la consommation (Dubuisson-Quellier et al, 2013). Pour constater lesdites pratiques de groupe, il aurait pu être utile de se livrer à une enquête de terrain comme l'a réalisée Déborah Bounameaux dans son mémoire (Bounameaux, 2015). Elle a inventorié ces pratiques par groupes de consommateurs homogènes ou supposés tels (âge, sexe, niveau d'études et de revenus).

Pour influencer celles-ci, il faut engager des actions à long terme. Il peut être judicieux d'engager, par exemple, une réforme des programmes scolaires visant à intégrer la thématique du gaspillage alimentaire. Cela renforcerait la prise de conscience des futurs consommateurs.

On l'a vu, chacun des deux modèles évolue pour réduire le gaspillage alimentaire. Le circuit apparaît comme une alternative au modèle agro-industriel. Au lieu d'opposer les deux modèles, une hybridation n'est-elle pas envisageable ?

IV Ouverture : l'hybridation, remède « miracle » contre le gaspillage ?

Comme le dit Marc Filser, la grande distribution, avec comme figure de proue, l'hypermarché né dans les années 1960, s'est concentrée sur sa fonction d'offre (Filser, 1993). Cela a pu nuire à la prise en compte de la demande du consommateur moyen, si consommateur moyen il y a.

Mais, par delà le développement d'alternatives aussi variées que le magasin hard discount ou le circuit court (mais aussi les IGP, l'agriculture biologique ou le commerce équitable), on a assisté au retour de la segmentation du marchés. L'hypermarché qui, par construction proposait une offre généraliste, a dû s'adapter.

Ainsi, suivant le même procédé, les deux modèles, circuits courts et consommation de masse ne pourraient-ils pas se montrer perméable l'un envers l'autre ? La démarche de Clare Hinrichs qui oppose frontalement un monde chaleureux, personnalisé et authentique fait de relations directes (vente à la ferme) à un monde froid, anonyme et d'une certaine violence, peut se trouver fragilisé par ce qui suit (Hinrichs, 2003).

En effet, dans la continuité de Ronan le Velly et Sophie Dubuisson Quellier, deux éléments incitent à reconsidérer la ferme opposition affirmée par Clare Hinrichs (Le Velly et al, 2008). D'un côté, la fixation du prix en circuits courts ne se fait jamais en ignorant complètement le prix pratiqué par la grande distribution traditionnelle, sauf à considérer une gamme de produits particuliers de très haute qualité auprès d'une clientèle déjà fidélisée. De l'autre, la proximité relationnelle directe mérite d'être discutée. Comme nous l'avons démontré, les circuits courts présentent une grande diversité entre la vente directe, la vente en PVC ou la vente par intermédiaires (bouchers, grandes surfaces). Aussi, la modalité de vente considérée influence la relation entre le producteur et le consommateur. Même au sein des AMAP, un producteur peut déléguer la vente à l'un de ses salariés, ce qui l'éloigne du consommateur. Par ailleurs, le trop grand dogmatisme du consommateur sur les conditions de production, dans certaines AMAP, dénoncé par certains producteurs, fait perdre toute ou partie de l'autonomie qu'il peut rechercher en circuits courts.

Ce paragraphe montre bien que, parfois, la différence entre circuits courts et modèle traditionnel est ténue en dépit de caractéristiques intrinsèques différentes.

Conclusion

Ce mémoire de fin d'études a cherché à tester une hypothèse, à savoir mesurer quel était l'impact du circuit de commercialisation sur le gaspillage alimentaire. Bien que les données quantitatives soient inexistantes ou très difficiles à trouver, nous avons pu démontrer que les potentiels de gaspillage diffèrent notamment en termes de localisation sur la chaîne d'approvisionnement, en fonction du modèle considéré. Les solutions envisagées diffèrent également selon le type et le poids de l'acteur en jeu. Ainsi, ce qui sera possible pour une entreprise de la distribution ne le sera pas forcément pour une exploitation qui vendrait en circuit court. De la même façon, si la réglementation peut faire évoluer les pratiques d'un opérateur économique, il faudra plutôt faire preuve de pédagogie auprès du consommateur.

Ce mémoire a également pour objectif de sortir des logiques dogmatiques qui versent dans le systématisme. Ainsi, s'il est vrai qu'il y a une différence intrinsèque entre circuits courts et circuits dits traditionnels, ce qui explique la deuxième partie, cette différence doit être analysée en s'insérant dans la réalité et non pas en vertu de principes absolus.

Chacun des deux modèles doit rester à l'écoute de l'autre pour voir dans quelle mesure il peut innover. Il doit également vérifier si une transposition est possible. C'est dans ce cadre que l'on peut parler d'hybridation.

Il est à noter que les évolutions de la grande distribution vers des produits plus durables et plus respectueux de l'environnement apparaît comme l'une des conséquences du développement des circuits courts. A l'inverse, la recherche de l'amélioration logistique dans les circuits courts peut s'inspirer du modèle de consommation de masse qui en a fait une de ses forces, malgré le poids inégal des acteurs.

Bibliographie

Loi n° 2016-138 du 11 février 2016 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire. (2016). *Journal Officiel de la République Française*, 12 février 2016, n. 036. Texte n. 2, p. 1-2.

Barrey S. (2004). Fidéliser les clients dans le secteur de la grande distribution : agir entre dispositifs et dispositions. In: Cochoy F. *La captation des publics*. Toulouse: Presses universitaires du Mirail. p. 141-142.

Barry C. (2012), Un producteur sur cinq vend en circuit court. *Agreste Primeur*, janvier, n. 275, p.

Bertail P., Boizot C., Combris P. (1998). *La consommation alimentaire en 1995*. Paris: Observatoire des consommations alimentaires.

Boltanski Luc. (1973), L'espace positionnel. Multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe. *Revue française de sociologie*, Janvier-Mars 1973, vol. 14, n. 1, p. 3-26.

Bonerandi E., Santamaria F. (2011), De la gouvernance à la gouvernance territoriale: enjeu de l'eupéanisation de l'aménagement du territoire. Réflexions à partir d'une recherche dans le cadre de l'Observatoire en réseau de l'aménagement du territoire européen (ORATE). *Cybergeo: European Journal of Geography*, n. 522.

Bounameaux D. (2015), *Le circuit court, une stratégie efficace pour lutter contre le gaspillage alimentaire des consommateurs à Bruxelles ?* Mémoire (Master en Sciences et Gestion de l'Environnement): ULB (Université Libre de Bruxelles), Bruxelles. 155 p.

Bourdieu J. (2003), Normes et classifications à l'épreuve de la crise de la vache folle. In: Stanziani A.(dir.). *La qualité des produits en France (XVIII-XXième)*. Paris: Belin. p. 195-216.

Carrefour (2013), Document de référence, Rapport financier annuel 2013.

CERD, FNAB Institut de l'Élevage, et al. (2010), *Innovations dans les circuits courts : facteurs de réussite et points de vigilance (projet Casdar)*. Lyon: Références circuits courts.

Chanteau J.P. (2001), *L'entreprise nomade*. Paris: L'Harmattan.

Colin N., Kempf A.-S. (2004), *Manger trop ou trop peu ? Un monde entre sous et sur alimentation. Comment résoudre ce double problème : assurer à chacun une alimentation suffisante en quantité ? mais aussi en qualité ?* Montpellier: Agropolis Museum. 6 p.

Commission Européenne. (2011), *Feuille de route pour une Europe efficace dans l'utilisation des ressources*. Bruxelles: Commission Européenne. 31 p. (Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité Economique et Social Européen et au Comité des Régions).

Commission Européenne. (2011). Règlement d'exécution (UE) n°543/2011 de la commission du 7 juin 2011 portant modalités d'application du règlement (CE) 1234/2007 du conseil en ce qui concerne les secteurs des fruits et légumes et des fruits et légumes transformés. *Journal Officiel de l'Union Européenne*, 15.6.2011, n. L 157/1,

Consales J.N. (2008), [Comptes rendus] C. Durbiano et Ph. Moustier ss dir., Les terroirs : caractérisation, développement territorial et gouvernance. Provence-Alpes-Côte d'Azur, France, Europe méditerranéenne, Campagnes et terroirs de Provence et des Alpes du sud (2007), Actes du colloque international sur les terroirs. *Méditerranée*, n. 111, p. 136.

Conseil de développement du pays d'Ancenis. (2015), *Les circuits courts alimentaires de proximité en pays d'Ancenis*. Nantes: Conseil de développement du pays d'Ancenis.

CTIFL (Centre technique au service de la filière Fruits et légumes). (2009), *Règles de marquage des fruits et légumes au stade de détail*. Paris: CTIFL.

Daumas J.C. (2006), Consommation de masse et grande distribution. Une révolution permanente (1957-2005), vingtième siècle. *Vingtième siècle, revue d'histoire*, n. 91, p. 57-76.

Dembo A., Duchen P. (2013), Plus forte fréquentation des commerces de proximité, de surgelés et du hard-discount. *Consommation et modes de vie*, n. 263, p. 1-4.

Djelic M.L. (1998), *Exporting the American model: The postwar transformation of European business*. Oxford: Oxford University Press.

Dowler E.A. (1977), A pilot survey of domestic food wastage. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, vol. 31, n. 3, p. 171-180.

Dubuisson-Quellier S., Plessz M. (2013), La théorie des pratiques. Quels apports pour l'étude sociologique de la consommation ? *Sociologie*, vol. 4, n. 4, p. 451-469.

Eurostat. (2011), *Activités industrielles par classe de taille des effectifs (NACE Rév.2, B-E) en 2011, traitement MAAF/BIAA*.

FAO (2012), *Le droit à l'alimentation, le temps d'agir. Avancées et enseignements tirés lors de la mise en application*. Rome: FAO.

FAO (2013), *Mettre les systèmes alimentaires au service d'une meilleure nutrition. La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture 2013. Food systems for better nutrition*. Rome: FAO. 98 p. (La Situation Mondiale de l'Alimentation et de l'Agriculture).

Felser M. (1993), Du comportement du consommateur à la stratégie du distributeur. *Culture Technique*, n. 27,

FNE (2013), *Du gaspillage alimentaire à tous les étages : dossier thématique Mars 2010, actualisé en Décembre 2013*. Paris: France Nature Environnement. 43 p.

FNE (France Nature Environnement). (2015), *Circuits courts et de proximité : des modes de commercialisation moins générateurs de gaspillages alimentaires ?* Paris: FNE.

Gallup organization. (2011), *Attitudes of Europeans toward resource efficiency. Analytical report*. Budapest: Gallup organization.

Garnett T. (2006), *Fruit and vegetables and UK greenhouse gas emissions: exploring the relationship*. Guilford: Centre for environmental strategy, University of Surrey.

Garot G. (2015). *Lutte contre le gaspillage alimentaire : propositions pour une politique publique*. Paris: Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt. 98 p.

Gilly J.P., Perrat J. (2003), La dynamique institutionnelle des territoires : entre gouvernance locale et régulation globale. *Cahiers du GRES (Groupement de Recherche Economique et Social)*, n. 5, p. 2-26

GRET (2013), La consommation alimentaire en circuits courts : enquête nationale, Programme CODIA : Circuits courts en Europe : Opportunités commerciales et Dialogue avec la société, 10p.

Gustavsson J., Cederberg C., Sonesson U., van Otterdijk R., Meybeck A. (2012), *Pertes et gaspillages alimentaires dans le monde : ampleur, causes et prévention*. Rome: FAO. 41 p. Étude menée pour le Congrès International SAVE FOOD! à Interpack 2011, Düsseldorf, Allemagne.

Hercberg S., Tallec A. (2000), *Pour une politique nutritionnelle de santé publique en France*. HCSP (Haut Conseil de la Santé Publique). 169 p. (Rapport).

Hinrichs C.C. (2003), The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, January 2003, vol. 19, n. 1, p. 33-45.

ILEC (Institut de liaisons et d'études des industries de consommation). (2015), *Guide des négociations supply chain 2016*. Paris: ILEC.

INCOME Consulting - AK2C. (2016), *Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire. Rapport*. Paris: ADEME. 164 p.

J., Garrett A. (2011), *Resource maps for fish across retail and wholesale supply chains*. London: WRAP.

Karamanli M., Richard A. (2014), *Rapport n°1836 déposé par les Commissions des affaires européennes sur la qualité et la traçabilité des denrées alimentaires*. Paris: Assemblée nationale.

Lebailly P. (1990), Concept de filière, économie agroalimentaire et développement. *Tropicultura*, vol. 8, n. 1, p. 9-14

Le Borgne G. (2015), *Sensibilité du consommateur au gaspillage alimentaire, conceptualisation, antécédents et conséquences*. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion: Montpellier SupAgro, Montpellier (France). 408 p.

Leloup F., Moyart L., Pecqueur B. (2005), La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ? *Géographie, Economie, Société*, vol. 7, n. 4, p. 321-331.

Les Gueules cassées. Site web : *Stop au gaspi, agissons ! [en ligne]*.
<http://www.lesgueulescassees.org/>

Le Velly R., Dubuisson-Quellier S. (2008), Les circuits courts entre alternatives et hybridation. In: Maréchal G. *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*. Montpellier: Educagri. p. 105-112.

Lyndhurst B., Cox J., Downing P. (2007), *Food behaviour consumer research: quantitative phase*. Banbury, UK: WRAP.

MAAF. (2009), *le lien entre agriculteurs et consommateurs : Plan d'action pour développer les circuits courts*. Paris: MAAF.

MAAF (Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt). (2011), *Pertes et gaspillages alimentaires : marges de manœuvre et verrous au stade de la remise directe au consommateur (distribution et restauration) et en restauration collective*. Paris: MAAF.

MAAF (Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt). (2013), *Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire*. Paris: MAAF. 23 p.

Malassis L. (1994), *Nourrir les hommes*. Paris (France): Flammarion. 126 p. (Dominos).

Mentzer J.T., DeWitt W., Keebler J.S., Min S., Nix N.W., Smith C.D., Zacharia Z.G. (2001), Defining supply chain management. *Journal of Business logistics*, vol. 22, n. 2, p. 1-25.

Mathé J. (2015), *Réussir en circuits courts : une démarche des convictions, des compétences, des méthodes*. Papier préparé pour le colloque de la Société française d'économie rurale « Structures d'exploitation et exercice de l'activité agricole : continuités, changements ou rupture », 12-13 février 2015, Rennes, France.

Ministère de l'écologie du développement durable des transports et du logement. (2011), *Rapport intermédiaire de l'étude relative au gaspillage alimentaire*. Paris: Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement

Ministère de l'Economie. (2014), Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation. *Journal Officiel de la République Française*, 18 mars 2014, n. 0065, p. 5400.

Ministère de l'Economie. (2008), Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie. *Journal Officiel de la République Française*, 5 août 2008, n. 0181, p. 12471.

Muchnik J., Sanz Cañada J., Torres Salcido G. (2008), Systèmes agroalimentaires localisés : état des recherches et perspectives. *Cahiers Agricultures*, novembre-décembre 2008, vol. 17, n. 6, p. 513-519.

Osner R. (1982), Food wastage. *Nutr. Food Sci.*, vol. 82, n. 4, p. 13-16.

Östergren K., Gustavsson J., et al. (2014), *FUSIONS definitional framework for food waste*. Göteborg (Sweden): SIK - The Swedish Institute for Food and Biotechnology.

Parlement européen. (2012), *Résolution du Parlement européen du 19 janvier 2012 sur le thème «Éviter le gaspillage des denrées alimentaires: stratégies pour une chaîne alimentaire plus efficace dans l'Union européenne» (2011/2175(INI))*.

Pecqueur B (2001), Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Économie rurale*, vol. 261, n. 1, p. 37-49.

Rastoin J.-L (2008), Les multinationales dans le système alimentaire. *Revue Projet*, n. 6, p. 61-69.

Rastoin J.L (2009), *Dynamique du système alimentaire*.

Resolis (2016), Systèmes alimentaires territorialisés en Méditerranée : initiatives pour une alimentation responsable et durable. *Journal RESOLIS*, juillet, n. 12, p. 1-92.

Rosenberg E.S. (2009). Le « modèle américain » de la consommation de masse. *Cahiers d'histoire*, n. 108, p. 111-142.

Service public 2000, BRGM, CEMAGREF. (2010), *La composition des ordures ménagères et assimilées en France*. Paris: ADEME.

Smil V. (2004), Improving efficiency and reducing waste in our food system. *Environmental Sciences*, vol. 1, n. 1, p. 17-26.

Soyeux A., Redlingshofer B., Laisney C. (2011), Les gaspillages et les pertes de la fourche à la fourchette. Production, distribution, consommation. *Cahier Demeter*, n. 13, p. 118-126.

Stuart T. (2009). *Waste uncovering the global food scandal*. London: Penguin.

Verdicité, France Nature Environnement. (2011), *Résultats des caractérisations du gaspillage alimentaire dans les ordures ménagères et assimilés*. Paris: FNE.

Verdier F. (2013), *Rapport n°1008 fait au nom de la commission des affaires économiques sur la proposition de résolution européenne sur le respect de la chaîne alimentaire*. Paris: Assemblée nationale.

Wenlock R., Buss D., Derry B., Dixon E. (1980), Household food wastage in Britain. *British Journal of Nutrition*, vol. 43, n. 01, p. 53-70.

<http://www.wikiagri.fr/articles/lutte-contre-le-gaspillage-alimentaire-tour-dhorizon-des-initiatives/8438>

Will E. (1954), Trois quarts de siècle de recherche sur l'économie grecque antique. *Annales Economie, Société, Civilisation*, vol. 9, n. 1, p. 7-22

Tableau des acronymes

ADEME	Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie
AMAP	Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
AVDPLHN	Association des Vendeurs Directs de Produits Laitiers de Haute-Normandie
CE	Communauté Européenne
CER	Centre d'Economie Rurale
CERD	Centre d'Etudes et de Ressources sur la Diversification Agricole
CEMAGREF (aujourd'hui IRSTEA)	Institut national de Recherche en Sciences et Technologies pour l'Environnement et l'Agriculture
CIHEAM	Centre International de Hautes Etudes en Méditerranée
CODIA	Circuits courts en Europe, Opportunités commerciales et DIAlogues avec la société
CREDOC	Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie
CREPAQ	Centre Ressource d'Ecologie Pédagogique d'Aquitaine
CTIFL	Centre Technique au service de la filière Fruits et Légumes
DLC	Date Limite de Consommation
ESB	Encéphalite Spongiforme Bovine
FAO	Food and Agriculture Organisation
FEDER	Fonds Européen de DEveloppement Régional
FSE	Fonds Social Européen
FNE	France Nature Environnement
FUSIONS	Food Use for Social Innovation by Optimising Waste Prevention Strategies
IAMM	Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier
ILEC	Institut de Liaison et d'Etudes des industries de Consommation
MAAF	Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt
MDD	Marques De Distributeur
MEDDE	Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie
MOISA	Marchés, Organisations, Institutions et Stratégies d'Acteurs
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economiques
PE	Européen
PNLGA	Programme National de Lutte contre le Gaspillage Alimentaire
PNNS	Programme National Nutrition Santé
PVC	Point de Vente Collectif
REFEEDD	Réseau Français des Etudiants pour le Développement Durable
REGAL	Réseau pour Eviter le GAspillage Alimentaire
SWOT	Strength, Weakness, Opportunity, Threat
UMIH	Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie
UMR	Unité Mixte de Recherche
WRAP	Waste Reduction Action Program

Table des matières

Introduction.....	5
I .Etat des lieux : le gaspillage alimentaire en France.....	10
I.1. Le gaspillage en volume : la difficile comparabilité des études du fait de la pluralité de définitions.....	10
I.2 Identification des causes du gaspillage alimentaire et du « profil type » du gaspilleur.....	13
II. Circuits courts versus modèle agro industriel, deux idéaux-types antagonistes.....	15
II.1 De la filière agroalimentaire au rôle central du producteur.....	15
II.1.1 La grande distribution et les grands groupes agroalimentaires, clé de voûte du modèle consommation de masse.....	15
II.1.2 La multipositionnalité du producteur au sein du circuit court.....	19
II.2 Du consommateur au consom'acteur.....	21
II.2.1 L'impossible définition du consommateur type au niveau agrégé.....	21
II.2.2 Evolution des attentes des consommateurs et réaction de l'offre.....	22
II.3 Deux entreprises pour deux modèles organisationnels bien différents.....	24
II.3.1 Carrefour « un colosse aux pieds d'argile » ?.....	24
II.3.1.a Chiffres clés de l'entreprise.....	24
II.3.1.b Matrice SWOT de Carrefour.....	25
II.3.2 La Ferme du Bout du Bosc et la vente en circuits courts.....	25
II.3.2.a Présentation de l'entreprise.....	26
II.3.2.b Matrice SWOT de la ferme du Bout du Bosc.....	26
III. Deux modèles confrontés à la problématique du gaspillage.....	28
III .1 Modèle agro-industriel et gaspillage alimentaire.....	28
III.1. 1 Déséquilibres significatifs et marques de distributeurs.....	28
III.1.2 Le calibrage et l'esthétisme du produit.....	29
III.1.3 La publicité au volume, incitation à gaspiller.....	30
III.2 Circuits courts et gaspillage alimentaire.....	31
III.2.1 La logistique, point de vigilance des circuits courts.....	31
III.2.2 Les nouvelles technologies de l'information et de la communication, un moyen supplémentaire pour réduire le gaspillage.....	32

III.3 L'approche par la théorie des pratiques.....	32
IV Ouverture : l'hybridation, remède « miracle » contre le gaspillage?	34
Conclusion.....	35
Bibliographie.....	36
Tableau des acronymes.....	41
Table des matières.....	42
Annexe.....	44
Résumé.....	47

Annexe : Rapport de stage

Nom de l'organisme : Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (IAMM)
Responsable de stage : Jean-Paul Pellissier, pellissier@iamm.fr
Tuteur pédagogique : Jean-Pierre Chanteau, jean-pierre.chanteau@univ-grenoble-alpes.fr
Durée du stage : du 02/05/2016 au 31/08/2016

Présentation de l'organisation et du sujet:

L'institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier fait partie d'un réseau de quatre instituts localisés respectivement à Saragosse, à Bari et à Chania en Grèce. Chaque institut possède des domaines de spécialisation propre autour des enjeux agronomiques en Méditerranée. L'action des quatre instituts est coordonnée par le Secrétariat Général situé à Paris (CIHEAM). Créé en 1962 à l'initiative de l'Organisation de Coopération pour le Développement Économique (OCDE) et du Conseil de l'Europe, le CIHEAM est une organisation intergouvernementale qui regroupe 13 États membres : Albanie, Algérie, Égypte, Espagne, France, Grèce, Italie, Liban, Malte, Maroc, Portugal, Tunisie et Turquie.

J'ai effectué mon stage sous la responsabilité de Jean-Paul Pellissier, adjoint au directeur de l'IAMM, en charge du programme européen de coopération. L'objectif du stage est de dresser un panorama des initiatives et des écoinnovations visant à la réduction et à la prévention du gaspillage alimentaire. L'écoinnovation a été envisagée sous une acception très large, c'est à dire touchant à la fois la réglementation, les innovations techniques et organisationnelles. Le travail effectué vient en appui à un projet européen Ecowaste 4 food financé en partie par les fonds FEDER et FSE. Cet élément explique que la focale n'ait pas concerné l'amont mais l'aval de la filière. Mon travail a porté sur l'Union Européenne à 28 avec un focus sur quatre pays que sont la France, l'Allemagne, l'Italie et le Royaume Uni.

Après avoir brièvement présenté la structure d'accueil et la mission qui m'a été confiée, suit une description de mes activités pendant le stage.

Travail à effectuer:

On peut séparer mon travail en trois temps principaux.

La première phase a consisté en une familiarisation avec le sujet et la définition du périmètre d'étude afin de ne pas s'égarer dans l'abondance des productions récentes sur le sujet en français et en anglais. Cette phase de capitalisation bibliographique a eu cours le premier mois. Elle m'a conduit à connaître les ressources internes de l'IAM de Montpellier. Mais, cela m'a aussi permis de me familiariser avec Agris, la base de données de la FAO et à me rendre au centre de documentation de Supagro. Ce travail a été grandement facilité par le centre de documentation de l'IAM, tant sur le plan de la méthode que par leurs appuis techniques et relationnels nécessaires pour mener à bien ce travail.

La deuxième phase a consisté en une structuration autour de quatre thématiques principales. La première a permis de mettre en contexte le gaspillage alimentaire, notamment par rapport à la sécurité alimentaire et à la montée en puissance du droit à l'alimentation. Cette première partie a également permis de définir et de caractériser le gaspillage. Puis, la deuxième partie présente les initiatives visant à réduire ou à prévenir le gaspillage. Le but recherché de cette partie n'est pas l'exhaustivité mais plutôt de faire le tour des différents acteurs potentiellement impliqués en s'attachant à observer les partenariats et les configurations différentes entre les acteurs. Il s'agit également de faire varier l'échelle territoriale considérée. Les troisième et quatrième parties sont consacrées à des réflexions plus larges portées sur la durabilité du système alimentaire et l'existence ou non d'une gouvernance autour de la thématique de l'alimentation.

La structuration et la hiérarchisation de ce rapport a été le fruit d'échanges avec mon maître de stage pour qu'il corresponde au mieux aux exigences du projet « Ecowaste4food ». Ce travail a duré environ deux mois.

La troisième phase a concerné la rédaction proprement dite du rapport.

Une mission, comme celle qui m'a été confiée, permet toujours d'en apprendre davantage sur soi. Outre les apports en termes de connaissances et de compétences, c'est une expérience humaine.

Bilan du stage :

Ce stage de quatre mois au sein de l'Institut Agronomique Méditerranéen a été riche d'enseignements.

D'abord, la thématique sur laquelle Jean-Paul Pellissier m'a proposé de travailler¹⁵, en l'occurrence la lutte contre le gaspillage alimentaire, requiert une approche transversale entre

¹⁵ Jean-Paul Pellissier m'avait proposé deux autres thématiques de stage, la première consistait à venir en appui au programme ENPARD (programme européen de voisinage pour l'agriculture et le développement rural). Cela

économie, politique, institutions et société civile. Elle permet également d'acquérir des connaissances en matière de nutrition et de santé publique.

Cette mission autorise à combiner les échelles territoriales et à observer la mise en place de configurations d'acteurs entre institutions publiques, milieux universitaires et académiques, entreprises et associations.

Par ailleurs, le caractère très actuel du sujet, pour passionnant qu'il soit, impose de réactualiser et de hiérarchiser les informations en permanence afin de ne pas se perdre dans l'abondance des productions.

Il permet également de porter les enjeux liés à la sécurité alimentaire dans les pays développés. Cela donne la possibilité d'ouvrir le champ d'analyse et d'éviter de la restreindre aux seuls pays en voie de développement, ce qui pourrait aisément verser dans la caricature.

D'un point de vue personnel, ce stage a renforcé l'intérêt que je porte aux enjeux liés à l'alimentation sous une acception large, c'est à dire prenant en compte les aspects politiques, économiques et environnementaux du sujet. Je suis heureux d'avoir fait de ma passion pour l'instant un stage et peut-être dans l'avenir un métier.

Si je devais exprimer une pointe de regret, ce serait de ne pas avoir pu, pour des raisons essentiellement pratiques, travailler au cœur de l'institution qui m'a ouvert ses portes¹⁶, ce qui ne facilite pas l'intégration relationnelle.

Néanmoins, l'expérience reste très positive, d'autant qu'elle a été la première en complète autonomie.

n'a pas pu se faire pour cause de nationalité. Il fallait être originaire d'un pays de la rive sud de la Méditerranée. Le deuxième consistait en un travail sur les marchés financiers du blé qui ne rentrait pas pleinement dans mes compétences.

¹⁶ J'ai travaillé principalement dans une des résidences étudiantes attenantes à l'entreprise.

Résumé

Mots-clés: Chaîne d'approvisionnement, Circuits de commercialisation, Circuits courts, Consommation de masse, Gaspillage alimentaire

Ce mémoire de fin d'études a pour objet d'évaluer l'impact des circuits de commercialisation sur le gaspillage alimentaire en France.

Il vient compléter un travail effectué en stage à l'IAM de Montpellier qui consistait en une revue des initiatives et des écoinnovations permettant de lutter contre le gaspillage alimentaire. Dans ce mémoire, notre raisonnement procèdera en quatre temps : Il s'agira d'abord d'établir un état des lieux de ce qu'est le gaspillage alimentaire, tant au niveau quantitatif que du point de vue des définitions. Dans un deuxième temps, nous comparerons deux modèles : le modèle agro-industriel et le modèle circuit court. Malgré les limites imputables à ce genre de comparaisons, cette démarche nous permettra de faire ressortir leurs principales caractéristiques. Ensuite, nous confronterons les modèles à la problématique du gaspillage alimentaire et nous démontrerons que chaque circuit de commercialisation engendre un type particulier de gaspillage plus ou moins facile à résoudre.

Nous concluons en démontrant que, malgré un antagonisme de construction, les deux modèles sont perméables l'un par rapport à l'autre et qu'une hybridation est possible.

Il faut enfin noter le rôle cardinal que tient le consommateur, quel que soit le modèle considéré. Toute action menée visant à la réduction du gaspillage doit impliquer le consommateur final et prendre en considération ses aspirations.

Key words: Food Waste, Marketing Network, Mass consumption, Short Circuit, Supply Chain

Abstract:

This Master Thesis consists in evaluating the impact of marketing network upon food waste in France.

It completes a job done during an internship at the IAM of Montpellier that consisted in a review of the initiatives and eco-innovations allowing to struggle against food waste.

In this Thesis, our reasoning will be divided in four points. In the first part, we'll establish an inventory of what is exactly food waste, both on the qualitative and definition levels.

On the second part, we'll compare the different models: the agro-industrial model and the short circuit one. In spite of the limits inherent to this kind of comparison, this approach will enable us to bring out their main characteristics. Then, we'll confront the models to the problem of food waste and we'll demonstrate that each marketing network creates a particular type of food waste more or less easy to solve.

As a conclusion, we'll demonstrate that, in spite of an antagonism of elaboration, both models are permeable and that another hybridisation is possible.

Finally, the fact that the consumer has a primordial role whatever the model, has to be noted.

Any action aimed at reducing the waste must implicate the consumer and consider his aspirations.