



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD

MÉDITERRANÉE

Programme Européen de Voisinage pour
l'Agriculture et le Développement Rural

Circuits courts et bonnes pratiques agricoles

Séminaire sous régional Machrek



Ce programme d'appui
est mis en oeuvre par le



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



Cette initiative est financée
par l'Union Européenne

CIHEAM Montpellier
ENPARD Capitalisation

Note introductive

Circuits courts et bonnes pratiques agricoles

Les travaux précédemment menés dans les ateliers de travail nationaux et sous régionaux ont porté sur les bonnes pratiques agricoles d'une part et sur la vulgarisation d'autre part. Les discussions développées autour des incitations facilitant l'adoption de bonnes pratiques ont conduit à s'interroger sur la pertinence des modes de commercialisation en circuits courts. Dans le cadre des réflexions menées sur la vulgarisation, les Think tanks ont revu le rôle des conseillers agricoles en identifiant les fonctions suivantes :

- Renforcer la relation entre la recherche, le terrain et le développement ;
- Renforcer les compétences techniques des agriculteurs ;
- Renforcer les capacités des femmes et des jeunes ruraux ;
- Développer le conseil et d'information pour la préservation de l'environnement ;
- Renforcer la commercialisation et les accroître les exportations.

Pour assurer ces fonctions, il faudra des vulgarisateurs spécialisés dans les techniques de production, la commercialisation, l'irrigation et les aspects sociaux

Un soutien à la commercialisation orienté vers la captation de la valeur ajoutée par les petits producteurs est un vecteur de dynamisme pour l'économie locale ainsi que de création d'emploi. Cette fonction de soutien à la commercialisation permet également de travailler au développement de bonnes pratiques et de cibler une production de qualité.

Les circuits courts sont ainsi apparus comme un exemple d'innovation en mesure d'améliorer les conditions de commercialisation des petits producteurs ainsi que de disséminer les bonnes pratiques nécessaires à une agriculture durable. Le propos de cette note est d'explorer ces propositions, à partir d'une revue de littérature sur les circuits courts alimentaires (CCA) essentiellement basée sur les expériences françaises en la matière.

Diversité des circuits courts

Définition des circuits courts alimentaires (CCA)

Ce programme d'appui
est mis en oeuvre par le



Programme d'appui à l'initiative

ENPAR MÉDITERRANÉE



Cette initiative est financée
par l'Union Européenne

Le Ministère français en charge de l'agriculture définit le circuit court comme « *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* ».

Cette définition reconnaît ainsi la diversité de situations possibles, conduisant un agriculteur à commercialiser sa production *en dehors des canaux de distribution de masse*, soit directement par le producteur, soit au travers d'un intermédiaire.

Dans le cas d'une *vente directe par le producteur*, elle peut être assurée :

- A titre individuel, sur différents supports possibles tels que les marchés locaux, la vente à la ferme, les ventes en tournées ou à domicile, les ventes par correspondance ou sur internet, les foires et salons de producteurs... ;
- Sur la base d'un support collectif entre le producteur et les consommateurs, généralement construit pour donner au producteur un maximum de visibilité sur ses possibilités d'écoulement de la production et de stabilité de revenu, avec notamment les associations de maintien de l'agriculture paysanne (amap) ;
- Sur la base d'un support collectif de producteurs, s'organisant autour de marchés paysans, de la constitution de paniers, stands ou points de vente collectifs...

La commercialisation au travers *d'un intermédiaire en lien direct avec le consommateur*, peut quant à elle être faite :

- Collectivement, au travers de boutiques de producteurs, de groupements pour la restauration collective, d'intermédiaires associatifs ou coopératifs... ;
- Individuellement, auprès de restaurateurs, de commerces (détaillants, grandes ou moyennes surfaces, entreprises, internet...) ou à des collectivités (cantines...).

Les différents modes de commercialisation peuvent être combinés avec plus ou moins de diversité par les producteurs en fonction de leur conception du métier d'agriculteur, de leurs sensibilités ou des impératifs auxquels ils doivent répondre. Certains agriculteurs développent ainsi une approche pragmatique, combinant circuits longs et courts dans une optique de rentabilité. D'autres portent une vision d'innovation autour des circuits courts, en multipliant les activités et les services aux consommateurs comme l'accueil à la ferme ou les activités de loisir. D'autres encore développent une approche cherchant à concilier rentabilité des circuits courts et qualité de vie, notamment sociale.

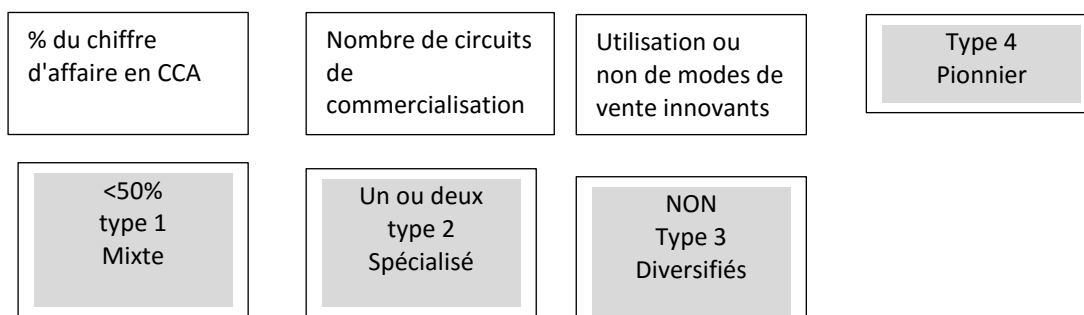
Typologie des exploitants en circuits courts

De façon générale, la plupart des exploitations en circuits courts sont de petites tailles, elles rentrent dans le modèle des agricultures familiales, et sont donc également caractérisées par l'importance du travail familial, ainsi que par la diversification des activités sur l'exploitation.

Une typologie des producteurs en circuits courts (INRA TRAME, 2013) a été élaborée sur la base de 19 investigations approfondies concernant les pratiques marchandes, sociales et techniques des exploitants ; ces choix stratégiques peuvent avoir une influence sur la perception de leurs activités par les agriculteurs. Cette approche part des différentes pratiques des producteurs en matière de choix de production, de commercialisation et de diversification (schéma 1).

- Les pratiques commerciales sont abordées à partir du pourcentage de la production écoulee en circuits courts, du nombre de modes de vente employés, des modes de vente innovants (ou peu connus sur le territoire du producteur) ainsi que du mode de fixation des prix ;
- Les pratiques sociales concernent les relations nouées dans le cadre de la commercialisation avec les clients et les autres producteurs, des liens forts ou faibles selon la fréquence et l'intensité de ces relations, l'insertion dans des réseaux professionnels ;
- Les pratiques techniques concernent la transformation, ou non des produits agricoles et l'impact des circuits courts sur ces pratiques.

Schéma 1 : Variables de description de la typologie des producteurs en CCA



Source : INRA TRAME 2013

Cette étude permet de différencier quatre types de producteurs en CCA : les producteurs mixtes, spécialisés, diversifiés et pionniers.

- Les mixtes : ils combinent circuits courts et longs, avec 50% et plus en circuit long, ce qui leur permet d'obtenir une bonne valorisation économique d'une part et l'écoulement de grandes quantités d'autre part. Pour ces producteurs, les circuits courts représentent un temps de travail supplémentaire et l'acquisition de compétences nouvelles, notamment la vente. Ils ont un lien fort avec leur clientèle comme avec d'autres agriculteurs dans le cadre de la commercialisation ;

Ce programme d'appui
est mis en oeuvre par le



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD

MÉDITERRANÉE



Cette initiative est financée
par l'Union Européenne

- Les spécialisés : ils sont orientés à 100% vers les circuits courts et ils ne pratiquent majoritairement qu'un type de vente directe, un seul circuit, internet, paniers ou boutiques, stable et prévisible à leurs yeux, ce qui facilite la gestion de leur temps de travail. Ils ont un lien fort avec leur clientèle, faible avec d'autres agriculteurs dans le cadre de la commercialisation ;
- Les diversifiés : ils axent leur stratégie sur une variété de circuits de vente, ce qui leur permet de capter une clientèle plus large. Ils ont un lien faible avec leur clientèle, et fort avec d'autres agriculteurs dans le cadre de la commercialisation. Ils innovent par de nouvelles productions, de nouvelles pratiques et modes de vente, à la demande de leurs clients, et font tous de la transformation. Ils ont des liens faibles avec la clientèle mais sont attentifs aux retours des clients et sont peu insérés dans les réseaux professionnels. Pour ces producteurs, se renouveler et se diversifier continuellement est ce qui leur permet de se démarquer est un bon moyen d'attirer une clientèle et d'atteindre un revenu suffisant ;
- Les pionniers : ils pratiquent de nombreux circuits de vente et développent des modes de vente innovants.

Formalisation des circuits courts dans les politiques françaises et européennes

La succession de crises sanitaires et alimentaires depuis les années 1980 a stimulé un engouement croissant pour les circuits courts qui incarnent le mieux manger, le mieux produire et la solidarité des acteurs au sein d'un espace de vie. Plus que des considérations économiques et environnementales, c'est bien l'affirmation d'une attente sociale en faveur de liens plus étroits entre acteurs, et notamment entre producteurs et consommateur, qui a motivé l'émergence politique des circuits courts. Cette demande sociale est une réponse au fonctionnement vertical et centralisé des filières, qui ignore les relations locales horizontales entre producteurs et consommateurs en privilégiant la grande distribution et ses intermédiaires. Elle reflète aussi l'intérêt du citoyen consommateur pour un nouveau type de rapport à l'agriculture, rapport centré sur la connaissance et la reconnaissance de la qualité de l'aliment produit, des techniques de production suivies et des avantages collectifs produits par les CCA.

Les pouvoirs politiques français et européens ont vu dans le succès spontané du modèle des CCA une opportunité intéressante de revalorisation de l'agriculture. A partir de 2007, plusieurs mesures de soutien et d'appui au développement des circuits courts sont apparues dans la planification stratégique, à l'échelle européenne et dans les pays.

Echelle européenne : l'appui de l'Europe au développement des circuits courts alimentaires (CCA) est amorcé durant la programmation 2007-2013 : à travers le Fond Européen Agricole pour le Développement Rural (FEADER), l'Europe a financé des mesures transversales pour inciter au développement des CCA, tels que l'amélioration des compétences, la promotion d'une production de



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



qualité, l'amélioration de la visibilité de la production locale et la création d'emploi et de valeur ajoutée au niveau local.

Echelle nationale : en France, le développement des CCA a été porté politiquement par le Grenelle de l'Environnement. Ce processus de dialogue participatif, initié en 2007, au sujet de la protection de l'environnement a réuni l'ensemble des acteurs français autour de plusieurs thématiques parmi lesquelles figure l'agriculture. Cinq principales orientations ont été proposées dont celle relative à la promotion des circuits courts : « favoriser les circuits courts par une structuration des filières et un accès privilégié aux marchés publics de restauration collective et stimuler la demande locale en produits agricoles de qualité et de proximité » (Grenelle de l'environnement, 2007).

Cette orientation politique a servi de base pour l'élaboration du plan Barnier en 2009. Ce dernier est un plan d'action initié par le Ministre de l'Agriculture Michel Barnier pour développer les circuits courts en France. Les principaux acteurs du monde agricole français ont débattu des obstacles existants au développement des CCA pour proposer 14 mesures regroupées en 4 axes :

- Améliorer les connaissances des circuits courts et les diffuser ;
- Adapter la formation des agriculteurs de la production à la vente ;
- Favoriser l'installation d'agriculteurs en circuits courts ;
- Mieux organiser les circuits courts.

Par ailleurs, les CCA en France ont bénéficié d'un appui politique indirect à travers la formulation de deux politiques relatives à l'agriculture et la nutrition et la santé.

Dans le cadre de la loi de modernisation agricole, élaborée en 2010, le ministère a lancé un décret instaurant un appel d'offres visant à favoriser le développement de circuits courts dans la restauration collective (actu-environnement).

Le Programme National Nutrition Santé (PNNS) a confirmé cette orientation nationale en mettant l'accent sur la valorisation des modes de production durable et de qualité et le rapprochement entre le consommateur et le monde agricole.

En 2010, le recensement général agricole a intégré pour la première fois des informations sur les circuits courts de proximité. En 2010, 21% des exploitations françaises vendent en circuits courts et 6 à 7% de l'achat alimentaire se fait par des circuits courts. Sur la durée, il semble que les quantités globalement vendues en circuits courts évoluent peu.

La restauration collective a un rôle majeur à jouer vis-à-vis de l'approvisionnement de proximité, garant de la diversité des produits, du respect de leur saisonnalité, et du développement économique et social des territoires : elle représente un levier pour structurer l'offre et créer une dynamique collective sur un même territoire, en consolidant le lien social entre producteurs et citoyens (encadré 1). Elle a une fonction sociale mais c'est aussi un maillon fondamental d'une chaîne économique. La loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014 a ainsi

fait de l'ancrage territorial de la production, de la transformation et de la commercialisation des produits agricoles l'une des finalités de la politique en faveur de l'agriculture et de l'alimentation.

À l'image de Vercors restauration, société de restauration collective en Isère (38), qui fournit chaque jour plus de 5000 repas composés de produits locaux à une cinquantaine de communes du département. 15 à 20% des denrées alimentaires achetées par Vercors restauration sont issues de l'agriculture locale. Malgré une légère augmentation des coûts liés à l'achat de produits locaux, la société souhaite renforcer les relations avec les producteurs sans pour autant répercuter une hausse sur le prix de vente des repas aux collectivités.

Encadré 1 : Promotion des circuits courts par la restauration collective

Avec 3 milliards de repas servis chaque année, 73000 restaurants et 17 milliards euros de chiffre d'affaires, la restauration collective est devenue un enjeu alimentaire national. Les enfants, les personnes moins favorisées, les personnes âgées et les patients des hôpitaux ont la possibilité d'avoir accès à une alimentation de bonne qualité, grâce à la restauration collective.

Faciliter l'accès des consommateurs de la restauration collective publique aux productions issues des circuits courts est l'un des objectifs du Programme national pour l'alimentation. La Loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche (LMAP) a par ailleurs ajouté cet objectif à ceux d'introduire dans les repas des produits de saison, de produits à faible impact environnemental, ou sous signes de qualité et de l'origine (Label rouge, AOC, IGP...). Ensemble, ces produits devront constituer 20 % minimum des commandes en 2012.

Le code des marchés publics sera aménagé afin, à égalité d'offre, de définir une priorité d'accès aux produits vendus directement par les producteurs. Trop souvent malheureusement, les donneurs d'ordre ou les décideurs considèrent ne pas pouvoir donner toute leur place aux approvisionnements de proximité, en raison notamment des règles du code des marchés publics. En application du principe d'égal accès à la commande publique et de non-discrimination, un critère d'attribution fondé sur l'origine du bien acheté est prohibé, tout comme la mise en place d'un ensemble de critères dont l'objet serait de fonder l'attribution d'un marché sur l'origine géographique du produit. Mais il existe plusieurs leviers prévus par le code des marchés publics, qui sont mobilisables, aux différentes étapes de la commande publique. Ils méritent d'être mieux connus. IL est possible de promouvoir l'approvisionnement local en restauration collective :

- Au stade de la définition des besoins et de la rédaction des pièces du marché :
 - En définissant précisément ses besoins : l'article 5 du code des marchés publics prévoit l'obligation pour l'acheteur public de définir « avec précision (...) en prenant en compte des objectifs de développement durable » ses besoins. Lors de cette phase de préparation du marché, l'acheteur public peut ainsi s'attacher à identifier les attentes des usagers du service de restauration collective, au regard notamment

de la saisonnalité ou de la fraîcheur des produits. Il peut également définir ses besoins de telle sorte qu'ils puissent permettre le recours à des critères environnementaux, ayant trait à la qualité, au goût et à la saisonnalité des produits ou à des délais de livraison rapides ;

- En allotissant finement les marchés : L'acheteur de denrées alimentaires peut avoir intérêt à découper son marché en lots très fins, ce qui permettra aux acteurs de taille réduite et spécialisés de participer à ces marchés ;
- En définissant des conditions d'exécution adaptées : Il sera possible dans ce cadre, par exemple, de prévoir la réduction des déplacements des véhicules de livraison, de manière à limiter la production des émissions de gaz à effet de serre.
- Au stade de la publicité sur la commande publique, en s'assurant que les opérateurs locaux ont connaissance du marché. L'acheteur public peut à sa convenance prévoir une publicité qui aille au-delà de ses obligations réglementaires, permettant ainsi l'information d'opérateurs locaux qui n'accèdent pas aux publications officielles telles que le Bulletin officiel des annonces de marchés publics ;
- Au stade de la sélection des candidats et des offres :
 - En n'évinçant pas les petits candidats ;
 - En utilisant une pluralité de critères pour choisir les offres. Surtout, depuis l'adoption du décret n° 2011-1000 du 25 août 2011, « les performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture » sont un critère qui peut être pris en compte comme critère d'attribution des marchés publics ;
 - En utilisant la possibilité de négocier dans le cas de marché ressortant de procédures adaptées. Lorsque le marché ressort d'une procédure adaptée, les articles 28 et 30 du code des marchés publics autorisent les pouvoirs adjudicateurs à négocier avec les candidats ayant présenté une offre.

Depuis 2007, la direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRAAF) Rhône-Alpes développe un plan régional d'approvisionnement local pour la restauration collective. Un guide pour aider les acheteurs publics à s'approvisionner en circuits courts a été produit.

Le processus politique qui a conduit à la formalisation et à la structuration des CCA considère qu'ils « permettent à certains producteurs de diversifier leur activité agricole, de sécuriser les débouchés, de répondre à une forte demande de produits de terroir, de tradition, d'authenticité restaurant le lien social entre consommateur et producteur, valorisant les qualités de fraîcheur, d'innovation et nutritionnelle des productions ainsi que la connaissance des produits et de leurs modes de production » (...) Les potentialités de ce type de commercialisation sont ici décrites comme

considérables car il permet : la captation de valeur en faveur du producteur, la réalisation d'économies sur les autres segments de la chaîne de coûts : transports, transaction..., et la création de valeur sur des actifs immatériels : marque, ancrage territorial, authenticité, lien social...» (Chiffolleau, 2010).

Les producteurs en circuits courts interrogés pour l'établissement de la typologie ont mis en avant les différents critères de performance de leur choix de production et de commercialisation en circuit court (tableau 1).

Tableau 1 : Critères de performance mis en avant par les producteurs de la typologie

Type 1 : les mixtes	Type 2 : Les spécialisés
Captation de la valeur ajoutée	Captation de valeur ajoutée
Equilibre du modèle économique	Intensité du travail réduite
Liens forts avec les clients (relations fréquentes et personnelles)	Stabilité du système
Autonomie	Liens forts avec les clients
Type 3 : les diversifiés	Type 4 : les pionniers
Diversité des débouchés économiques	Capacité à innover, à évoluer
Capacité à attirer une large clientèle	Distinction d'autres producteurs
Organisation du travail optimiste	Captation de valeur ajoutée
	Reconnaissance des consommateurs
	Organisation du travail optimisée

Source : INRA TRAME, 2013

Quelques exemples de CCA

Il existe trois principaux modes de commercialisation en circuits courts : les Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP), les boutiques paysannes et les marchés paysans.

Les AMAP

C'est, historiquement, le premier mode institutionnalisé de commercialisation en circuit court. La première AMAP en France date de 2001. L'objectif principal d'une AMAP est de créer un lien direct entre producteur et consommateurs basé sur les trois axes de la durabilité, l'efficacité

Ce programme d'appui
est mis en oeuvre par le



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



Cette initiative est financée
par l'Union Européenne

environnementale, l'équité sociale et la viabilité économique. Une AMAP se crée lorsqu'un groupe de consommateurs et de producteurs s'entendent pour établir un contrat dans lequel ils définissent ensemble la diversité et la quantité à produire pour chaque saison. Le consommateur s'engage à acheter le panier de produit sur une base hebdomadaire à un prix local équitable tout au long de l'année. Les produits concernent les fruits, légumes, œufs, fromage, viande etc. ces contrats établissent un lien durable entre producteurs et consommateurs (encadré 2).

Encadré 2 : Deux exemples d'AMAP

1. "Les Olivades"

- Première AMAP en France (2001), concerne un total de 10 ha dont 8 ha en fruits et légumes et 1,5ha pour abriter la culture de production précoces et plus fragiles ;
- Production d'un panier hebdomadaire : 25 paniers en automne/hiver (légumes) et 26 paniers au printemps et en été (fruits et légumes) ; il y a au minimum 10 produits pour chaque saison ;
- Le coût du panier dépend du coût de production, de la main d'œuvre, dépenses et charges courantes et salaire des producteurs. En hiver, il est de 24 euros et en été de 27,5 euros.

2. "Terres de Mer"

- Créée en 2007, cette AMAP regroupe 90 familles, des producteurs et consommateurs de produit biologiques ;
- L'AMAP propose une grande variété de produits, des légumes, du pain, des poulets, des œufs, de la viande, du miel, du fromage, des fruits et du jus, des gâteaux, du vin, des plantes aromatiques etc ;
- L'adhésion annuelle à l'AMAP coûte 5 euros pour une famille, le lieu de distribution des paniers est fixé de façon hebdomadaire.
- Autres actions :
 - Les membres rendent visite aux producteurs pour un repas convivial ;
 - Atelier de cuisine: comment préparer des légumes de saison.
- Pour être considéré comme un consommateur membre de l'AMAP, il faut établir un contrat avec au moins un producteur et participer aux réunions d'informations de l'AMAP.

Selon la charte des AMAP, les fonctions d'une AMAP sont fondées sur deux principes:

- Premièrement, les consommateurs doivent s'organiser en AMAP de façon officielle par exemple en créant une association ;
- Puis, les consommateurs établissent des contrats entre eux et le producteur dans lequel ce dernier s'engage à fournir des produits sur une base régulière à l'AMAP.

Le contrat sert à préciser certains points essentiels pour le fonctionnement de l'association comme les prix, les types de production, les modes et période de distribution, les modes de paiement et les retours des consommateurs pour l'AMAP. Ce contrat est basé sur un respect et une confiance mutuels : les parties s'engagent mutuellement à ne pas utiliser certains types d'intrants chimiques (producteurs) et à payer à l'avance une fraction de ou la totalité de la production annuelle (consommateurs). Les prix des paniers sont négociés entre les producteurs et le consommateur, à partir des coûts de production révélés par les producteurs, pour déterminer un prix qui soit juste et socialement acceptable.

Les AMAP sont la source de nombreux avantages pour les consommateurs, les producteurs et pour la société en général (tableau 2).

Tableau 2 : Quelques avantages des AMAP pour les consommateurs, les producteurs et la société

Consommateurs	Producteurs	Société
Avoir des produit frais, de saison et cultivés sans substance chimique	Vendre leur production au juste prix	Améliorer l'économie locale par la création d'emplois
Avoir des produits biologiques à un prix raisonnable sans intermédiaire ou grossiste	Maximisation des temps de vente et de trajet	Développement de liens sociaux et du sens de la responsabilité sociale
Se familiariser avec la vie à ferme	Sécurité financière : garantie de vendre toute la production	Promotion d'une alimentation locale à régionale, le "manger local"

Les marchés paysans

Les marchés paysans réunissent une diversité de producteurs locaux, des petites et des moyens exploitants pour lesquels l'agriculture est l'activité principale. L'idée consiste à donner un espace urbain aux producteurs, pour la vente de nombreux produits locaux.

Trois conditions sont nécessaires au bon démarrage d'un marché paysan :

- La capacité à mobiliser un large groupe de producteurs (environ 12) avec une grande diversité de produits ;



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



- L'assurance du soutien politique de la municipalité et des associations ;
- Le choix de la bonne localisation (conditions favorables et facilité d'accès).

Les principaux objectifs du marché sont de:

- Promouvoir les produits locaux ;
- Développer des chaînes de valeur courtes ;
- Maintenir et développer l'activité économique en milieu rural ;
- Réduire les dépenses de fonctionnement ;
- Améliorer la performance énergétique.

Les boutiques paysannes

Les boutiques paysannes sont des points de vente collectifs, dans lesquels un groupe de producteurs et d'artisans se réunissent pour proposer des ventes directes de produits locaux aux consommateurs. Les « boutiques paysannes du Languedoc-Roussillon » sont considérées comme une marque déposée depuis 2006.

Ces boutiques paysannes suivent une charte garantissant une étiquette commune :

- Informer les consommateurs sur les processus de production, afin de garantir l'origine et la qualité des produits et satisfaire la transparence envers le consommateur ;
- Participer d'une identité du lieu de provenance des produits, source d'authenticité et de savoirs spécifiques ;
- Etablir des règles collectives sur les ventes, le marketing, et appliquer les principes d'équité et de solidarité.

Durabilité des agricultures en circuits courts

Le développement de circuits courts entend contribuer à mettre sur pied des relations d'échanges moins intermédiées et plus proches d'une relation de clientèle que d'une relation marchande, et il souhaite améliorer la perception de la qualité des produits ou encore la compréhension des bonnes pratiques agricoles, de façon formalisée ou non (labels notamment). Cette valorisation du travail réalisé par les agriculteurs prend un sens économique grâce à des produits porteurs de compétences spécifiques socialement reconnues : intégration de la qualité intrinsèque des produits et des externalités positives sociales, économiques et environnementales de cette agriculture.



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



Aspects économiques

L'objectif commun aux différentes formes de circuits courts est de limiter le nombre d'intermédiaires pour permettre une meilleure captation de la valeur ajoutée par les producteurs et ce, même si les difficultés du système d'activité imposé par la vente en circuit court peuvent limiter le revenu au démarrage de l'activité (ou si l'on considère ce revenu en fonction du temps de travail effectué). L'augmentation de la part de valeur ajoutée revenant aux producteurs les plus démunis notamment, doit ainsi leur permettre d'améliorer leurs revenus, leurs conditions de vie, renforcer leur insertion socio-professionnelle et entend également leur permettre de développer leurs activités de production par l'investissement.

La question de la fixation du prix des denrées alimentaires se construit sur la base de valeurs matérielles (facteurs de production, nutrition...) et immatérielles (valeur sanitaire, santé, utilité sociale, protection de la biodiversité et du patrimoine...). Ainsi, le paiement d'un prix « juste », rémunérant l'activité des agriculteurs et la valeur réelle de la denrée, ne peut être accepté par les consommateurs que dans le cadre d'un dialogue constant et transparent avec les producteurs. Les circuits courts constituent ici un support permettant cet échange et cet arbitrage, permettant de conduire un réel travail de sensibilisation du consommateur et cherchant à regagner durablement sa confiance tout en répondant à ses attentes.

Ainsi, plusieurs cas de figure sont possibles concernant la fixation des prix :

Dans un cadre rural, les exploitations en circuits courts produisent des externalités spécifiquement liées à leur mode de production et de commercialisation, des externalités économiques, sociales et environnementales qui ne sont pas reflétées dans les prix à la consommation. L'objectif de relocalisation de l'économie par la vente locale va de pair avec la nécessité de pouvoir pratiquer des prix raisonnés.

Dans un cadre péri-urbain ou d'économie résidentielle, les consommateurs peuvent décider de prendre à leur charge la rémunération de ces externalités en favorisant le maintien d'une agriculture que le marché condamnerait, notamment dans les espaces périurbains dominés par la spéculation foncière, alors qu'elle y est économiquement et socialement utile en favorisant la rencontre ville-campagne. Un éventuel prix supplémentaire payé ou simplement perçu par le consommateur constitue alors dans cette optique, une reconnaissance de cette utilité sociale.

En réalité, peu d'études ont permis une évaluation des performances économiques des circuits courts et des systèmes de production associés. La plupart des exploitations ayant recours aux circuits courts sont de petites tailles et sont souvent inscrites dans des logiques peu intensives, proches de l'agriculture biologique ou labellisées bio. Elles consomment moins d'intrants mais peuvent s'avérer moins productives qu'une exploitation plus intensive, qui aura, au final, mieux optimisé ses intrants. Pour définir la performance économique des CCA, une évaluation du surcoût des circuits courts par rapport aux circuits traditionnels serait à rapporter aux subventions et aux externalités positives que les territoires peuvent retirer de la présence de ces circuits courts. La gamme des avantages non



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



marchands des circuits courts concernent ceux sociaux et environnementaux d'une part, privés et collectifs d'autre part (Prévost, 2011).

Aspects sociaux

Les circuits courts sont présentés comme « une réponse à une exigence sans cesse grandissante de produits de terroir, de tradition, d'authenticité restaurant le lien social entre consommateur et producteur ». Ainsi, le lien social est placé au cœur de ces marchés et constitue le socle de la reconnaissance de la qualité des produits agricoles, du travail agricole et du métier d'agriculteur, préalable au renforcement économique de la profession.

L'accent reste toutefois principalement mis sur les liens entre producteurs et consommateurs, alors qu'une diversité de liens est en réalité à l'œuvre, impliquant notamment de nouvelles relations entre agriculteurs, mais également avec les collectivités ainsi que les acteurs économiques des territoires.

Le seul accès au marché ou au capital économique ne garantit pas l'intégration des agriculteurs et la lutte contre l'exclusion. Les circuits courts, par la proximité territoriale qu'ils créent, permettent dans ce cadre de renforcer des liens au sein des marchés, d'alimenter les discussions entre les producteurs et d'appuyer la reconnaissance professionnelle des agriculteurs, leur conférant un statut au sein de la société. Pour des acteurs agricoles marginalisés et en situation de pauvreté chronique, ils sont également vecteurs d'intégration et de réinsertion par la solidarité territoriale qu'ils alimentent.

Les échanges entre producteurs (renforcés dans le cadre de marchés, foires, AMAP...) permettent par ailleurs d'exposer un savoir-faire spécifique de maîtrise et d'efficacité d'un système d'activités multiples (production, commercialisation, transformation...), supposant des innovations dans des domaines différents et demandant de nouvelles compétences. Les circuits courts favorisent ainsi l'émergence de nouvelles relations entre producteurs et les espaces marchands agricoles, a priori lieux de concurrence, peuvent alors être perçus comme des lieux de coopération, de collaboration, d'apprentissage et de renforcement de la performance économique des producteurs.

Aspect environnementaux

La grande diversité des circuits courts ne permet pas de généraliser quant à leur impact sur l'environnement par rapport à d'autres formes de commercialisation, car les circuits courts ne sont associés à aucun cahier des charges. Cependant, selon le RA2010, en 2010 10% des producteurs français en circuits courts sont en agriculture biologique contre 2% en circuit long. Le respect de la saisonnalité des produits est crucial pour l'impact énergie effet de serre.

Il est nécessaire de différencier deux natures d'impact environnemental : les impacts liés à la transformation et la distribution comme l'approvisionnement, le stockage, la logistique ou le

transport et ceux liés au mode de production. Les systèmes de production restent déterminants en termes de performance environnementale car ils représentent plus de la moitié des émissions de GES.

Une étude menée auprès de 453 producteurs en circuits courts sur leurs perceptions des problématiques environnementales montre que selon leur orientation technico-économique, 21 à 46 % des producteurs ont changé de pratiques environnementales, en particulier les producteurs de maraîchage et de bovin lait ; pour ces derniers, 66 et 77% respectivement pensent qu'il leur reste encore des marges de progrès à accomplir sur la dimension environnementale. L'enquête recense de nombreuses initiatives des agriculteurs dans les domaines de l'eau, l'énergie et la biodiversité et les déchets : entre 60 et 75 actions sont répertoriées selon les thèmes.

L'approche par les pratiques et les échanges de pratiques entre producteurs apparaît ainsi comme un levier intéressant pour améliorer les performances environnementales des systèmes de production en circuits courts (encadré 3).

Pour confirmer l'hypothèse d'une meilleure performance environnementale en circuit court, une approche par l'analyse du cycle de vie serait nécessaire.

Encadré 3 : Quelques exemples de bonnes pratiques associées aux circuits courts

Eau : récupération d'eau de pluie, recyclage des eaux de lavage, limitation d'arrosage, paillages etc.)

Energie : eau chaude, panneau photovoltaïques, chaudière, bois

Biodiversité : plantation de haies rotation de cultures ;

Déchets : équarrissage, retour à l'abattoir, valorisation dans l'alimentation canine.

Conclusion

Les CCA ont spontanément émergé dans les sociétés française et européenne, comme une réponse citoyenne aux difficultés rencontrées par les producteurs et les consommateurs dans leur recherche respective d'une reconnaissance de leurs activités et d'une connaissance des produits consommés et de leur qualité.

La commercialisation en circuits courts permet une émancipation des producteurs et leur participation effective au sein des processus de gouvernance locale. Néanmoins, cela suppose une



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



amélioration des capacités des producteurs. Ce gain d'autonomie se traduit en effet par une montée de responsabilités liées à la nécessité d'assumer des fonctions jusque-là prises en charge par les intermédiaires et modifiant la conception jusqu'alors admise du métier de producteur.

Les CCA sont ainsi présentés comme une innovation sociale. La finalité de l'innovation sociale est le bien-être là où la finalité de l'innovation technique est essentiellement économique et peut être analysée en termes de rentabilité et de surcroît de revenu, ou pour les CCA par la captation localement de la valeur ajoutée. Ce concept d'innovation sociale recouvre à la fois le besoin de changement en matière de produit (par exemple un besoin de qualité) que l'innovation est censée apporter, et le processus par lequel ces produits sont obtenus.

Ainsi, l'innovation sociale est liée non seulement au développement de solutions innovantes pour répondre à la demande sociale, mais aussi aux nouvelles formes d'organisations et d'interactions pour régler les questions sociales. Il est important de souligner la dimension processuelle de l'innovation sociale : il ne s'agit pas seulement de poursuivre un objectif d'innovation sociale, mais aussi de définir une façon nouvelle de structurer les interactions sociales en vue d'un objectif social.

Le lien entre les circuits courts et la gouvernance locale est donc fondamental.

Les circuits courts peuvent dans ce cadre être perçus comme des espaces où les initiatives et les innovations économiques et sociales contribuent à la fois à renforcer les liens de coopération entre producteurs et acteurs d'un même espace vécu, et à renouer les liens marchands entre producteurs et consommateurs. Ils constituent ainsi de réels outils locaux participant à une reformulation des dynamiques locales via l'émergence de pratiques socio-économiques mises en œuvre par les producteurs ainsi que par l'ensemble des partenaires locaux autour des différentes dimensions sociales, économiques, environnementales, mais également de santé publique, du développement durable.

Principales références

Capt D., Chiffolleau Y. (coord.), 2011. Élaboration d'un référentiel technico-économique dans le domaine des circuits courts de commercialisation en agriculture, Montpellier/Dijon, INRA/AgroSupDijon, Rapport de recherche pour le MAAP, non paginé.

Chiffolleau Y., 2012, « Circuits courts alimentaires, dynamiques relationnelles et lutte contre l'exclusion en agriculture », *Economie rurale*, n° 332, novembre décembre.

Chiffolleau Y., Bertone N. (dir.), 2012, « Coxinel, les circuits courts de commercialisation comme vecteurs possibles de développement et de réappropriation des territoires », projet PSDR Languedoc-Roussillon, www1.montpellier.inra.fr/PSDR/doc/coxinel/Coxinel%204%20pages%20-%20PSDR3_LR.pdf.



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



Chiffolleau Y., Prévost B. (2010). Les circuits courts alimentaires, des innovations sociales pour une alimentation durable. Xes Rencontres du Réseau Inter-Universitaire de l'Économie Sociale et Solidaire (RIUESS), Luxembourg, 3-4/06/2010.

Chiffolleau Y., Prévost B., 2009, « Consommer local, plus qu'une mode, une éthique ? », Courrier de la planète, n° 87, p. 48-52.

Chiffolleau Y., Prévost B., 2012, « Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires », Norois, n° 224.

Ferraton C., Prévost B., 2010. Les ambiguïtés du commerce équitable : l'ESS peut-elle se passer d'une théorie de la justice ?, communication orale aux X e rencontres du Réseau Inter-Universitaire de l'Économie Sociale et Solidaire (RIUESS), Luxembourg.

Ferraton C., Prévost B., 2013, « Les ambiguïtés du commerce équitable : construire des marchés justes ou juste construire un marché ? », Annals of Public and Cooperative Economics, vol. 84, Issue 2, p. 179–194.

Muchnik J., De Sainte - Marie C., (coord.), 2010. Le temps des SYAL, techniques, vivres et territoires, Paris, Quae, 320 p.

Prévost B., 2011. Circuits courts et innovations territoriales : de l'échange à la démocratie, Chantiers Politiques, n° 9, p. 46-56.

Prévost B., 2009. Sen, la démocratie et le marché, Revue Tiers Monde, n° 198, p. 269-285.

Prévost B., 2012, « Echanges alimentaires et juste prix : un détour par l'histoire de la pensée économique pour alimenter un débat contemporain », L'homme et la société, nos 183-184, p. 35-60.

Rastoin J.-L., Ghersi G. (2010). Le système alimentaire mondial : concepts, méthode d'analyse et dynamiques. Paris, Quae.

Scheffer S., 2011. La dimension touristique des marchés, une forme particulière de renouveau, dans

Traversac J.-B. (éd.), Les circuits courts, contribution au développement régional, Dijon, Educagri, p. 129-152.

Webographie

<http://www.reseau-AMAP.org/AMAP.php>

file:///C:/Users/issa/Downloads/2032_2_F.pdf

<http://www.olivades.com/des-pionniers-de-lamap.aspx>

http://terresdemer.canalblog.com/archives/2_presentation_de_l_AMAP/index.html

<http://www.agriculturepaysanne.org/files/Guide-creation-de-marche-paysan.pdf>

<http://www.boutiquespaysannes-lr.fr/lire/index.php?rubid=3>

http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/publications-and-media/enrd-main-stories-archive/en/the-french-national-rural-network_en.html

Ce programme d'appui
est mis en oeuvre par le



Programme d'appui à l'initiative

ENPARD
MÉDITERRANÉE



Cette initiative est financée
par l'Union Européenne

http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/networks-and-networking/nrn-information/france/en/france_en.html

http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/themes/local-food-and-short-supply-chains/en/local-food-and-short-supply-chains_en.html

Contacts

Didier Berdager, chargé de projet Algérie, berdager@iamm.fr

Zied Ahmed, chargé de projet Tunisie, Ahmed@iamm.fr

Dima Issa, chargée de projet Mashrek, issa@iamm.fr

Mélanie Requier-Desjardins, expert capitalisation (coordination), requier@iamm.fr