

Filières agroalimentaires biologiques de proximité en Rhône-Alpes : diversité des modes d'organisation et éclairages sur la notion de proximité

Chazoule C. ¹, Fleury P. ¹, Vitrolles D. ¹

¹ ISARA-Lyon, Département ASTER (agriculture, systèmes alimentaires et territoires), Laboratoire d'Etudes Rurales, Agrapole, 23 rue Jean Baldassini, F-69364 Lyon Cedex 07.

Correspondance : chazoule@isara.fr

Résumé

Depuis une dizaine d'années, des formes de distribution innovantes des produits biologiques ont émergés entre circuits longs et circuits courts. On les qualifie souvent de « circuits de proximité ». Notre travail repose sur l'analyse de 18 circuits de proximité de la région Rhône-Alpes. Il rend compte d'abord de compte de la dynamique de construction et de l'organisation de ces circuits: diversité des acteurs impliqués, relations et règles qui se sont progressivement établies. Puis nous analysons ces circuits en termes de proximités géographique et relationnelle en nous intéressant aux acteurs et aux dispositifs qui se mettent en place pour compenser un éloignement géographique et relationnel croissant entre producteurs et consommateurs. Nous évaluons ensuite les performances de ces circuits au regard des avantages communément prêtés aux circuits courts. Enfin, nous montrons que les circuits de proximité contribuent dans certains cas à la fois à la conventionalisation de l'AB et dans d'autres sont des lieux d'atténuation du modèle agroindustriel.

Mots-clés : agriculture biologique, gouvernance, circuits de proximité, développement local, conventionalisation.

Abstract: Localized organic agri-food supply chains in Rhône-Alpes (France): diversity of organisations and highlights of the notion of proximity

For ten years, innovative forms of distribution of organic products have emerged between long and short supply chains. They are often defined as "localized agrifood systems". We based this work on the analysis of 18 localized agrifood systems in the Rhône-Alpes region (France). First, it presents the dynamics of construction and organization of these agrifood systems: diversity of actors involved, relationships between actors and rules that have been gradually established. We used the concept of geographical and relational proximity to analyse these supply chains and to highlight the mechanisms implemented to address the limits of short supply chains, particularly an increasing number of intermediaries. Then we assessed their performances with regard to the advantages commonly given to short supply chains. Finally we demonstrated that localized supply chains are in some cases a way towards conventionalisation of organic agriculture and in others a form of mitigation of the agribusiness model.

Keywords: Organic farming, localized agrifood systems, governance, conventionalisation thesis, rural development, proximity.

Introduction

Depuis le début des années 2000, pour répondre à une demande nationale croissante, les activités des secteurs de la production, de la transformation et de la distribution liés à l'agriculture biologique (AB) se sont considérablement développées (Agence bio, 2011).

En Rhône-Alpes, en 11 ans, le nombre d'exploitations biologiques a augmenté de plus de 150%. Elles étaient 1 108 en 2001, elles sont 2 822 en 2012, avec une augmentation de plus de 13% par rapport à 2010, amenant en 2012 à 7.2 le pourcentage des exploitations de la région en AB (Bioconvergence et Corabio, 2012). Dans le secteur de la transformation, de nouveaux acteurs sont également apparus. Fin 2012, la région comptait ainsi 1 149 préparateurs de produits biologiques (+7% par rapport 2011) dont 455 transformateurs et 372 artisans (boulangers, bouchers...). Le secteur de la distribution s'est, également fortement développé. Ainsi, le nombre de distributeurs, évalué à plus de 500, place la région en seconde position en poids après l'Île de France. Tout d'abord sont apparus de nouveaux débouchés comme les AMAP (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne), les marchés biologiques, les magasins de producteurs, les magasins spécialisés, mais on voit aussi les GMS commercialiser de plus en plus de produits biologiques. Enfin, le marché de la restauration biologique a connu une forte croissance dans la région (+21% entre 2010 et 2011). Le développement de ces marchés est allé de pair avec la demande de nouveaux consommateurs moins militants, qualifiés « d'intermittents » ou « d'occasionnels » puisque ces consommateurs ne remplacent qu'une part de leurs produits alimentaires conventionnels par des produits biologiques (Lamine, 2008).

En 10 ans, c'est donc toute la chaîne alimentaire biologique Rhône-alpine qui s'est complexifiée et a intégré de nouveaux acteurs et consommateurs. Partout en France et dans de nombreux pays, l'AB semble avoir suivi la même évolution. Les pratiques et les modes de coordination dans les filières se sont transformés passant d'un mode de coordination domestique à des modes de coordination plus industrialisés (Sylvander *et al* 2006). Ces changements profonds dans les pratiques productives mais aussi dans la commercialisation ne sont pas allés sans interroger le caractère alternatif constitutif de cette forme d'agriculture. Dans différentes sphères, publiques, scientifiques, politiques, se sont posées les questions de sa capacité à maintenir ses « avantages » par rapport à l'agriculture conventionnelle : autonomie des exploitations et intrants limités, impact favorable sur l'environnement, proximité entre le consommateur et le producteur, pratiques équitables et meilleure redistribution de la plus-value entre les acteurs, relocalisation des flux économiques, ancrage des produits. Ce processus appelé «conventionnalisation» de l'AB fait débat dans la littérature scientifique. Ce débat est particulièrement vif dans les pays anglo-saxons (Amérique du Nord et Australie) et en Europe du Nord où le risque d'une modification des pratiques productives et des valeurs intrinsèques de l'AB (Viteroso *et al*, 2005) est apparu, pour certains auteurs, comme allant à contre sens du courant alternatif initial de l'AB (Buck *et al.*, 1997 ; Hendrickson *et al*, 2001 ; Guthman, 2004 ; Darnhofer *et al.*, 2009). Pour ces auteurs, les principaux risques de ce processus seraient de voir les agriculteurs biologiques se limiter à suivre un cahier des charges dont les exigences décroissent et se soumettre à de grosses firmes de transformation et de distribution. Cette situation conduirait l'AB à un certain nombre de difficultés auxquelles se trouve confrontée l'agriculture conventionnelle : concentration et spécialisation des exploitations, augmentation et recherche d'une meilleure efficacité des intrants, dépendance des agriculteurs tant en amont qu'en aval du système, délocalisation des productions, perte d'impact sur le développement des territoires, perte de sens et de lien avec le produit etc...

En région Rhône-Alpes, loin d'être monolithique, l'AB apparaît comme un secteur qui connaît de fortes disparités d'organisation de ses filières. D'un côté, les circuits longs se développent pour répondre aux besoins des entreprises et des grandes surfaces. Pour répondre aux besoins de ces circuits, les agriculteurs s'engagent dans des stratégies visant à une normalisation et à des regroupements des productions. De l'autre côté, les circuits courts pilotés par des agriculteurs et/ou des associations de consommateurs sont très présents. Entre ces deux pôles, une troisième voie se développe et prend de plus en plus d'importance. On constate en effet une montée en puissance de nouveaux modes de commercialisation hybrides qui tout en s'inscrivant dans des logiques d'ancrage territorial impliquent plusieurs acteurs intermédiaires dans l'échange (comme des façonniers qui réalisent des opérations de transformation pour le compte de producteurs). Ces circuits se différencient des circuits courts par leur plus grande complexité, leur échelle géographique régionale et un nombre d'intermédiaires plus

important (entreprises agro-alimentaire, plateformes de distribution, entrepreneurs privés, ...). Leur développement semble répondre à une double exigence. Il s'agit de gagner en efficacité pour atteindre de nouveaux marchés (en compensant certaines lacunes des circuits courts en termes de regroupement de l'offre, de volumes ou d'homogénéité des lots) tout en maintenant un lien entre producteurs et consommateurs. En Rhône-Alpes, ces circuits apparaissent aujourd'hui comme l'un des principaux moteurs du développement local de l'AB. Leur développement semble en effet à même de soutenir à la fois l'installation de nouveaux producteurs, la création d'emplois dans les activités intermédiaires de transformation et de distribution et de favoriser le développement de la consommation en proposant des produits régionaux.

Face à ce constat, notre objectif a été d'identifier, de caractériser et d'analyser ces circuits, que nous avons nommés « circuits de proximité ». Nous avons porté notre attention plus particulièrement sur l'organisation de ceux-ci, sur leur gouvernance et le rôle des intermédiaires dans celle-ci. Nous nous sommes également intéressés aux valeurs qui y circulent et au maintien de différentes proximités entre producteurs et consommateurs. Enfin, avec cette grille d'analyse, notre but était de poser un diagnostic sur les atouts et les faiblesses de ces formes hybrides de commercialisation au regard des circuits plus classiques de l'AB et de discuter de leur rôle dans le processus de conventionalisation. Les circuits de proximité sont-ils des vecteurs ou au contraire des lieux de résistance à la conventionalisation de l'AB ?

1.1 Matériel et méthode

1.1 Des circuits courts aux circuits de proximité

Pour appréhender notre objet « circuit de proximité » et le définir nous nous sommes appuyés sur une revue de littérature déjà abondante. En effet, depuis la fin des années 2000, plusieurs auteurs ont tenté de mieux définir les circuits courts ainsi que ces nouveaux circuits hybrides donnant un rôle à différents intermédiaires sur un territoire donné. Chaffotte et Chiffolleau présentent dès 2007 une première caractérisation des circuits courts de la région Languedoc-Roussillon, qu'elles délimitent en lien avec la définition du Ministère de l'Agriculture, comme des circuits comprenant au plus un seul intermédiaire. A la même époque, en Bretagne, le programme SALT définit la notion de « système alimentaire territorialisé » (SALT) pour évoquer un ensemble de circuits courts existants sur un même territoire, interdépendants les uns des autres et dont le territoire se délimite par l'ensemble de leurs arènes d'échanges (Denechere *et al.*, 2008). Cette notion permet également d'englober des circuits de commercialisation dépassant la définition pure des circuits courts, comme l'approvisionnement local de la restauration collective. Les auteurs proposent de délimiter « à l'échelle territoriale de la proximité » ces circuits, c'est-à-dire lorsque production et consommation se trouvent dans le même territoire (Maréchal, 2008). Le Groupement d'Intérêt Scientifique Systèmes Agroalimentaires Localisés (GIS SYAL) quant à lui définit les systèmes agroalimentaires localisés comme « des organisations de production et de service associées par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique. L'environnement, les produits, les individus et leurs savoir-faire, leurs institutions, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relations, se combinent dans un territoire pour produire une organisation agroalimentaire à une échelle spatiale donnée » (Muchnik *et al.*, 2008). Enfin, la notion de systèmes agroalimentaires alternatifs reprise des travaux anglophones par Deverre et Lamine (2010) englobe des « initiatives comportant des allégations de « nouveaux » liens entre production et consommation, ou entre producteurs et consommateurs, en rupture avec le système « dominant ».

1.2 Les circuits de proximité : définition et traits distinctifs

Au travers de cette revue, on voit donc apparaître différentes conceptions de la notion de « circuit de proximité » mais aussi quelques points communs comme leur dimension géographique limitée et l'importance potentielle de ces circuits pour le développement territorial. Par opposition, leur caractère alternatif est moins systématiquement affiché. Face à l'absence d'une définition stabilisée et

consensuelle de la notion de circuit de proximité, nous proposons la définition suivante : « les circuits de proximité sont des circuits qui conservent une dimension spatiale régionale et dans lesquels se recherche, se revendique et se valorise un rapprochement géographique et relationnel entre consommateurs et producteurs tout en s'appuyant sur l'intervention d'un ou de plusieurs intermédiaires ». Ces intermédiaires peuvent être de différentes natures : collectivités, entreprises privées (transformation, mise en marché...), associations... Ils facilitent la coordination entre les producteurs et consommateurs et apportent une réponse aux limites de développement souvent observées dans les circuits plus courts. Nous avons inventorié une grande diversité d'intermédiaires impliqués dans les circuits de proximité de Rhône-Alpes (Figure 1).

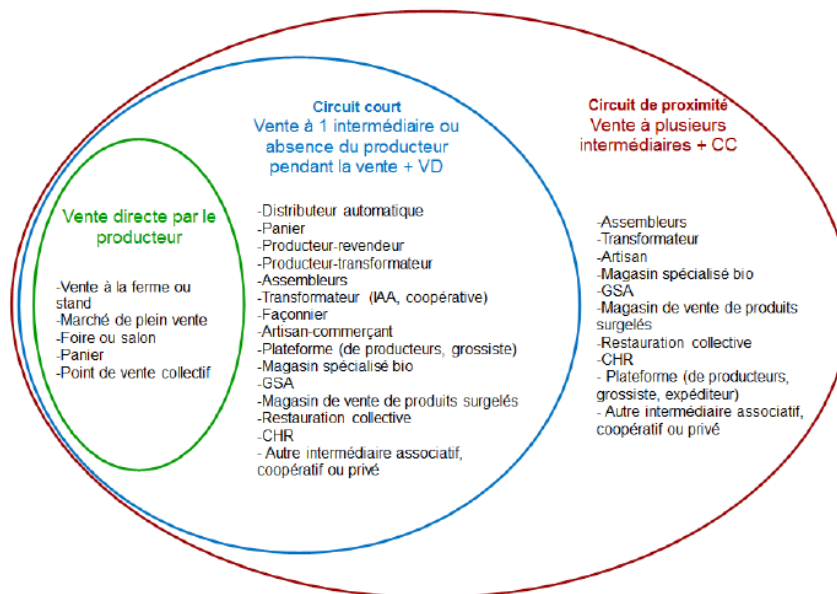


Figure 1 : De la vente directe au circuit de proximité : augmentation et diversification des intermédiaires

Pour définir les relations entre ces acteurs, mais aussi la façon dont s'opèrent les rapprochements géographiques et relationnels, nous avons fait des emprunts théoriques à l'économie de la proximité (Torre et Beuret, 2012). Le concept de proximité permet d'étudier les différentes formes de liens entre les acteurs d'un circuit de commercialisation. Nous avons tout d'abord pris en compte la dimension géographique de ces circuits, c'est-à-dire à leur extension spatiale et les distances séparant les acteurs. Nous nous sommes intéressés ensuite aux rapprochements relationnels existant dans ces circuits. Ceux-ci sont fondés sur les liens organisationnels et symboliques entre production et consommation. Cette proximité relationnelle repose sur des dispositifs organisationnels permettant la circulation d'un produit et sur des connaissances, normes et valeurs reliant les acteurs de l'échange.

1.3 Le travail d'enquête

Notre analyse se fonde sur l'étude de 18 filières agroalimentaires dont les circuits de distribution, variant du local au régional, font intervenir un (système de panier avec intermédiaires, approvisionnement restauration collective, vente de produits transformés) ou plusieurs intermédiaires (approvisionnement restauration collective, vente de produits transformés). Nous avons réalisé plusieurs séries d'enquêtes, ce qui représente un total de 290 entretiens semi-directifs auprès de 80 producteurs biologiques aux pratiques de commercialisation diversifiées, de 140 opérateurs, de 22 consommateurs, de 21 organisations professionnelles agricoles, de 17 acteurs publics et de 10 chercheurs. Nous avons par exemple étudié une filière boulangère biologique rhônalpine qui associe une coopérative de la Drôme travaillant avec un minotier de la Loire qui fournit à son tour une boulangerie située en Isère. Les produits sont ensuite vendus majoritairement par le réseau des magasins spécialisés de cette boulangerie.

2. Résultats

Notre recherche montre une grande diversité de circuits de proximité. Pour rendre compte de cette pluralité, nous avons regroupé les circuits que nous avons analysés en 4 catégories :

- 1/ Les circuits courts qui innovent pour grandir ;
- 2/ Les circuits pilotés par un intermédiaire transformateur (par exemple des artisans-commerçants qui cherchent à se diversifier ou des transformateurs/préparateurs qui s'approvisionnent localement) ;
- 3/ Les plateformes pour lesquelles AB et local sont avant tout une demande de la restauration hors domicile (RHD) ;
- 4/ Les circuits pour lesquels les distributeurs jouent un rôle fondamental (et pour lesquels AB et/ou local relèvent d'une stratégie de segmentation de l'offre).

2.1 Les circuits traditionnellement courts qui innovent pour grandir : une émanation des AMAP ?

Les circuits de cette catégorie sont une extension de circuits initialement courts (AMAP et autres paniers de producteurs, points de vente collectifs et collectifs de consommateurs, etc.). Dans la région Rhône-Alpes, un certain nombre de systèmes de paniers ont rapidement intégré des intermédiaires privés (comme les « Paniers de Martin » ou « potager City ») ou associatifs (comme « Alterconso » qui est une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) ou l'association de producteurs « mes voisins de panier »). Dans chaque cas, sont promues des valeurs de citoyenneté, de proximité et de qualité des produits. Le rôle de ces intermédiaires, parfois extérieurs au monde agricole, est perçu par les producteurs comme une nécessité pour pouvoir s'inscrire dans des démarches souvent lourdes à gérer sans eux. On compte aujourd'hui un nombre de plus en plus important de ces circuits avec, pour certains, une ancienneté notable, qui témoigne de leur capacité à s'intégrer dans le paysage marchand régional. Ces circuits ont trois caractéristiques communes.

La première est qu'ils sont majoritairement situés dans des espaces urbains ou périurbains et que leur objectif est un approvisionnement soit biologique et local, soit biologique et éthique. Les pratiques d'approvisionnement se différencient d'un approvisionnement conventionnel et mettent souvent en avant un soutien aux producteurs locaux et la mise à disposition de produits de qualité qui favorisent la solidarité entre les consommateurs et les producteurs. Il s'agit en effet de démarches initialement fondées sur l'approvisionnement direct par des producteurs de consommateurs souvent engagés. Pour les intermédiaires, garder ces valeurs est très important et cela d'autant plus qu'ils se livrent entre eux à une bataille de légitimité pour être reconnus dans le champ de l'économie sociale et solidaire. La seconde caractéristique commune est leur capacité d'innovation et d'adaptation à une demande plus importante et parfois moins militante : contrairement au système des AMAP, il est souvent possible de choisir ses produits dans une gamme large regroupant l'offre de plusieurs agriculteurs et pouvant proposer des produits transformés, l'abonnement n'est pas toujours obligatoire et il existe des systèmes de commande hebdomadaire. La dernière est qu'ils facilitent le travail des producteurs en prenant en charge une partie des activités qui leur reviendraient dans les circuits courts : logistique, commercialisation,...

Ainsi, les innovations sont principalement organisationnelles, comme l'embauche de salariés pour assurer la logistique et la vente, la mise en place de points de distribution pour les consommateurs, le recours à des façonniers ou préparateurs et se traduisent par une distanciation (parfois géographique, principalement relationnelle) entre producteurs et consommateurs.

L'apparition de ces intermédiaires a des conséquences sur les relations entre producteurs et consommateurs qui s'en trouvent distendues. Néanmoins, un réel travail est fait pour maintenir une proximité. Deux éléments y participent fortement : les lieux de distribution et les sites internet présentant

la démarche. L'activation des proximités entre producteurs et consommateurs se fait donc au moment de la livraison par des discussions avec les producteurs ou les intermédiaires, mais aussi par la diffusion de lettres d'information ou, enfin, via un site Internet qui présente et rend visible à la fois les lieux de production et les pratiques des agriculteurs. Le territoire de production est valorisé sur l'écran, les producteurs identifiés et présentés à l'aide de photographies deviennent en quelque sorte des gens connus. Les consommateurs peuvent « visiter » via internet les fermes des producteurs, regarder les photos de leurs parcelles, obtenir des informations sur les pratiques de production, la saisonnalité des produits. Au final, ils ont en quelque sorte accès à une représentation du mode de vie de leurs producteurs. Ceci favorise un rapprochement ville-campagne qui permet aux consommateurs citadins d'acquérir de nouvelles connaissances sur leur alimentation. En outre, la plupart des sites se caractérisent par la revendication d'une dimension éthique et en particulier par le soutien d'une AB locale. Il y a ainsi construction d'une proximité relationnelle fondée sur des valeurs partagées entre les producteurs et les consommateurs.

2.2 Les circuits pilotés par un intermédiaire transformateur : des circuits en construction ?

Ce groupe rassemble les artisans-commerçants qui diversifient leur gamme (boulangers, bouchers-charcutiers-traiteurs, crémiers-fromagers, glaciers, etc.) et des industries agro-alimentaires régionales (IAA) qui se diversifient par les produits biologiques. Ce groupe a en commun des opérateurs/transformateurs qui souhaitent favoriser un approvisionnement régional. Cet approvisionnement souvent « en construction » est un moyen pour ces entreprises de se maintenir en développant des relations plus personnelles avec leurs fournisseurs et leurs acheteurs. C'est également un moyen de toucher des consommateurs sensibles à ces questions.

Obtenir un approvisionnement 100% bio et local est cependant difficile et relève plus d'une intention que d'une réalité. En effet, de nombreuses entreprises AB régionales raisonnent leur approvisionnement en fonction des prix, de la disponibilité des produits, de la praticité de la livraison ou de critères de qualité. Elles ne se fournissent que très partiellement au niveau régional. Un approvisionnement local même partiel (soit directement auprès du producteur soit via un autre intermédiaire, préparateur ou grossiste), est avant tout vu comme un facteur de différenciation auprès de l'aval ou un moyen d'être en réseau avec d'autres acteurs régionaux. En effet, face à la montée en puissance dans la grande distribution des marques de distributeurs (MDD) biologiques, il apparaît important aux entreprises de produits transformés de pouvoir se différencier et proposer des produits qui s'inscrivent dans un territoire. Enfin, et c'est souvent le cas, s'appuyer sur des fournisseurs proches et connus est souvent une façon de sécuriser l'approvisionnement. Les modes de fixation des prix aux producteurs sont très variables : absence de contrat et relations de marché avec pas ou peu de marge de négociation pour le producteur, contrats hétérogènes, chartes précisant les termes de l'échange, En ce qui concerne la distribution, si elle est souvent locale dans un premier temps, avec l'accroissement de la production, elle s'extrait du territoire pour gagner de nouvelles parts de marché au niveau national voire international.

En termes de proximité, les relations producteurs/consommateurs sont ici évidemment distendues et de ce fait médiatisées par la chaîne d'intermédiaires assurant l'acheminement des produits. Pour que la confiance se crée entre les partenaires de l'échange et qu'une proximité s'active, il faut donc mettre en place des éléments de communication sur l'inscription dans un lieu de production. Il faut faire partager les valeurs de la démarche tant à ses fournisseurs, qu'à ses partenaires commerciaux, et au consommateur final. Enfin, il faut apporter des garanties tout au long du circuit afin d'assurer la crédibilité de la démarche. Pour ces raisons, les artisans et entreprises engagés dans ces circuits de proximité sont souvent signataires de chartes (telles la Charte Bio Solidaire ou la Charte bio Rhône-Alpes). Les signataires de la « Charte Bio Solidaire » s'engagent à privilégier les relations de proximité entre les zones de production et les lieux de transformation dans un souci de maintien du tissu rural. Pour cela, ils contractualisent avec les agriculteurs qui gagnent ainsi en assurance pour leurs

débouchés et obtiennent un prix juste pour leur production. Ceux de la « Charte bio Rhône-Alpes » s'engagent à favoriser, quand cela est possible, un approvisionnement en matières premières de Rhône-Alpes mais ils s'inscrivent aussi dans une dynamique régionale d'échanges d'expériences et d'informations. Ces chartes permettent l'activation à la fois de proximités géographiques et relationnelles en ancrant les entreprises dans un territoire et en permettant une communication sur les valeurs portées par telle ou telle charte. Une logique d'appartenance se met donc aujourd'hui en place dans l'amont des circuits de ce type ; elle s'installe aussi peu à peu à l'aval grâce à la communication conduite tant auprès des professionnels de la distribution qu'auprès de consommateurs.

2.3 Les plateformes pour lesquelles bio et local sont avant tout une demande de la restauration hors domicile (RHD) : quelles perspectives ?

Cette catégorie rassemble les circuits organisés autour de l'approvisionnement de la restauration collective. Souvent les politiques publiques en sont à l'origine et ces circuits se sont fortement développés ces dernières années. En Rhône-Alpes, deux types d'organisation se rencontrent : celles pilotées par des collectifs de producteurs ou des associations mises en place à l'initiative de collectivités territoriales ou celles privées de type grossiste. On parle souvent pour les qualifier de plateformes. Il s'agit des plateformes biologiques qui privilégient le local et de celles qui ont fait du local une priorité avec une diversification AB. Au-delà de la diversité des logiques d'approvisionnement, il faut noter une diversité de gammes et d'organisations, entre plateformes virtuelles, semi-physiques et physiques, présence ou non de personnel salarié, zone de chalandise, etc... Les gestionnaires des plateformes jouent un rôle de traducteur en facilitant la communication entre deux mondes qui avaient perdu, avec l'industrialisation des filières, l'habitude d'échanger.

Pour différentes raisons, l'installation de la proximité n'est ici pas facile. Les acteurs cherchent à l'organiser selon deux modalités. La première concerne la mise en place d'une proximité entre les différents opérateurs (agriculteurs, plateformes ou grossistes régionaux, gestionnaires, chef cuisiniers,...). Un effort de rapprochement est conduit sur des valeurs communes de développement local, de protection de l'environnement, de sécurité et de qualité de l'alimentation. Le rôle de l'intermédiaire est alors de réduire la distance cognitive qui s'est au fil du temps installée entre les partenaires de l'échange. Plusieurs stratégies peuvent se rencontrer dans ce sens, tout d'abord en mettant en place des outils de logistique favorisant les flux de produits, ensuite en assurant un prix d'achat aux agriculteurs qui soit considéré par les deux parties comme juste, en participant à une contractualisation des relations marchandes et enfin en organisant des rencontres favorisant les échanges sur les produits, leur saisonnalité, leurs qualités et leur transformation possible. En agissant ainsi, les intermédiaires permettent une plus grande sécurisation de la relation en prenant en charge un certain nombre de coûts cognitifs et de transactions inhérents à la mise en place de démarches innovantes. Ils permettent à la confiance de s'installer et à la relation de perdurer. La deuxième modalité concerne l'activation des proximités avec le convive. Le convive ne rencontre normalement pas directement le producteur. Toute une série de médiateurs interviennent : cuisiniers, prestataires de service, collectivités territoriales qui communiquent sur l'évènement, etc... Dans ces conditions, le maintien de proximités n'est pas évident. Il apparaît pourtant possible de créer une proximité à la fois géographique et relationnelle avec le producteur comme nous l'avons vu dans plusieurs démarches. De telles initiatives se mettent de plus en plus en place dans les cantines et les restaurants collectifs. Elles s'appuient sur des supports de communication expliquant l'intérêt des produits biologiques et d'une provenance locale. A certaines occasions, les producteurs peuvent également être conviés pour présenter un produit et leur travail. Selon l'âge des convives, des ateliers pédagogiques peuvent également être mis en place. Ces moments d'échanges permettent, de manière événementielle (dégustations, présentation-questions avec les enfants, etc.), de matérialiser la provenance locale et le lien à un agriculteur des produits servis par le restaurant. Ce travail de visibilité est souvent le résultat d'une volonté soit du gestionnaire soit du chef de cuisine, soit encore de ceux qui accompagnent ces démarches dans les associations de producteurs ou les chambres d'agriculture. On observe ainsi une

réelle sensibilisation (notamment avec les enfants) et une reconstruction de la proximité relationnelle entre les producteurs et les consommateurs.

2.4 Les distributeurs pour lesquels AB et/ou local relèvent de stratégies de segmentation de l'offre

On regroupe ici deux catégories de distributeurs, les magasins spécialisés et la grande distribution. Les magasins spécialisés indépendants ou en réseau proposent des produits 100% AB plus ou moins locaux. En Rhône-Alpes, on compte une grande diversité d'enseignes spécialisées AB : petits magasins de centre-ville, grandes surfaces de périphérie, coopératives, enseignes franchisées. Les échelles d'approvisionnement varient du local à l'international. Certaines enseignes ont développé des plateformes d'approvisionnement régional pour garantir une part locale importante ainsi que des produits de saison. Elles bâtissent leur réputation et leur image en se positionnant comme des acteurs du développement local. La grande distribution conventionnelle quant à elle peut selon son organisation (intégrée, franchisée), mettre en rayon une offre biologique et locale. Cette stratégie est aujourd'hui moins développée que celle des MDD notamment dans les enseignes intégrées.

Le maintien des proximités géographiques et relationnelles avec les producteurs et les consommateurs va ainsi dépendre du fonctionnement du magasin. Pour les magasins spécialisés qui revendiquent un approvisionnement local (en particulier les formes coopératives), on observe différentes démarches de soutien aux agriculteurs : achat de produits issus d'exploitations en conversion, participation à des associations pour le maintien du foncier, aide à l'organisation de la livraison, faible négociation sur les prix proposés par les producteurs. Garder l'image de magasins alternatifs et des partenariats équitables avec les agriculteurs est un enjeu important pour ces enseignes. Ceci favorise aussi la pérennité des relations avec des clients qui accordent leur confiance à l'enseigne pour ces raisons. Le lien avec les consommateurs est ici médiatisé par des sites internet, des flyers, des revues mais aussi une organisation particulière du magasin : vrac et réduction des emballages, signalétique pour mettre en évidence les produits locaux. Ces différents éléments symbolisent auprès des consommateurs l'engagement pour le maintien des proximités avec les producteurs. L'enseigne joue ici un rôle de délégation de la confiance. Dans d'autres cas, lorsque l'approvisionnement est local, il n'est pas toujours communiqué aux consommateurs. De leur côté, les GMS s'approvisionnant en produits locaux et biologiques cherchent majoritairement à développer une stratégie marketing promouvant le local sans pour autant que ne soient réellement activées des proximités entre producteurs et consommateurs. Les accords passés entre l'enseigne et les producteurs relèvent d'une sphère purement marchande, la logique qui y préside étant essentiellement une logique de prix. Les négociations avec les producteurs ou les fournisseurs sur les seuils de qualité (régularité de l'approvisionnement, aspect et calibrage des produits) et sur les prix peuvent être particulièrement dures avec certaines enseignes.

3. Discussion, conclusion

Le marché des produits biologiques s'est fortement complexifié ces dernières années avec l'arrivée de nouveaux opérateurs et la montée en puissance de grands groupes de la transformation et de la distribution. En France, la grande distribution détient aujourd'hui presque 50% (47% en 2012) des parts du marché des produits alimentaires biologiques et de nouveaux consommateurs moins militants sont apparus. Pour les circuits courts, ces évolutions créent de nouvelles concurrences qui peuvent conduire à des difficultés, voire à leur disparition. Dans ce contexte, les circuits de proximité biologiques apparaissent comme des innovations organisationnelles intéressantes qu'il importe de confronter aux avantages prêtés aux circuits courts et de situer par rapport au débat sur la conventionalisation de l'AB.

3.1 Les circuits de proximité permettent-ils de lever les limites des circuits courts et d'en conserver les avantages ?

Dans les circuits de proximité, pour maintenir un contact entre les producteurs et les consommateurs, lorsque la distance s'allonge, les acteurs sont confrontés à la nécessité de mettre en place des dispositifs organisationnels. Plusieurs dispositifs permettent de pallier l'éloignement entre producteurs et consommateurs. Il s'agit tout d'abord d'acheminer les produits du producteur aux consommateurs (enjeux logistiques), mais également de transformer le produit brut en fonction des attentes de l'acheteur, le tout avec des contraintes (normes sanitaires, planification) sur lesquelles producteurs et acheteurs doivent s'entendre. Ces contraintes diffèrent de celles observées dans les circuits standards longs. Les dispositifs sont adaptés à de petites distances et à de moindres volumes (par exemple véhicules plus petits, dispenses d'agrément sanitaires).

Les intermédiaires jouent un rôle important, ils sont au cœur du système et les parties en amont comme en aval de l'échange leur délèguent un rôle d'intermédiation marchande. Ce processus de délégation porte sur l'organisation logistique de la rencontre marchande mais aussi sur les échanges de connaissances et de valeurs entre producteurs et consommateurs. Le rôle des intermédiaires est central dans l'organisation des circuits de proximité. Ils assurent l'ensemble des fonctions logistiques : manutention, transport, conditionnement, livraison. La bonne articulation de ces fonctions est d'autant plus déterminante que lorsque les distances s'allongent, le nombre d'intermédiaires a tendance à augmenter. Au-delà des aspects logistiques, les acteurs mettent aussi en place des dispositifs de communication à destination des consommateurs. Il s'agit de les informer sur les produits, leur lieu et leurs conditions de production, les agriculteurs, (affiches, identification du producteur souvent avec une photo, médiatisation par internet, visites, marques territoriales, etc.). Ceci permet de compenser, au moins partiellement, l'absence de lien direct entre producteurs et consommateurs finaux. Les consommateurs et les intermédiaires interviewés nous ont très souvent parlé de l'importance de ces informations et des liens qu'elles permettent d'établir avec les agriculteurs.

Le concept de circuit de proximité définit des formes de commercialisation où la logique structurante est le maintien d'une certaine proximité géographique mais aussi relationnelle entre producteurs et consommateurs. Les performances de ces circuits au regard des avantages communément prêtés aux circuits courts sont hétérogènes en particulier du point de vue de la maîtrise de la mise en marché de leurs produits et de la rémunération des agriculteurs (Tableau 1). Pour autant les circuits de proximité englobent des objets qui dépassent certaines limites des circuits courts en matière d'accès à des marchés nouveaux et qui s'imposent aujourd'hui comme une nouvelle modalité pour relocaliser les filières alimentaires et contribuer au développement de l'AB.

	Circuits courts	Circuits de proximité
Liens producteurs consommateurs	Relations directes (Maréchal, 2008)	Les relations directes sont réduites en faveur de relations indirectes: sites internet, plaquettes, visites, informations sur l'emballage
Maîtrise de la mise en marché et des prix par les producteurs	Accord direct entre agriculteurs et consommateurs (Maréchal, 2008)	Variable: accords, grilles de prix, relations de marché pures
Contribution au développement local	Relocalisation de l'emploi et de la valeur ajoutée mais marché limité	Relocalisation de l'emploi et de la valeur ajoutée avec un marché étendu
Contribution à la préservation de l'environnement	Les impacts environnementaux sont connus même s'ils restent controversés (Coley <i>et al.</i> , 2009; Mundler et Rumpus, 2012).	L'impact environnemental est souvent mentionné comme un atout mais il est rarement évalué

Tableau 1: Analyse comparée des performances des circuits courts et des circuits de proximité

3.2 Les circuits de proximité participent-ils de la conventionalisation de l'AB ?

Le concept de proximité contribue à faire exploser les frontières entre circuits courts et longs, entre systèmes agroalimentaires alternatifs et modèle agro-industriel standard entre produits biologiques et conventionnels et entre produits locaux ou non. A la différence du concept de circuit court, clairement défini et normé (Chaffotte et Chiffolleau, 2007 ; Ministère de l'agriculture et de la pêche, 2009), la notion de circuit de proximité crée une zone floue et vague pour le consommateur incluant dans la même catégorie :

- Des réseaux initiés par des consommateurs ou des producteurs et d'autres gérés par la grande distribution;
- Des initiatives se réclamant du commerce équitable et d'autres répondant à des logiques de marché pures;
- Des systèmes distribuant des produits exclusivement biologiques et d'autres commercialisant des produits locaux sans aucun engagement sur les conditions de production.

Le développement actuel des circuits de proximité pose aussi d'une façon forte la question de la répartition de la valeur ajoutée. Les régulations par le marché y sont centrales. Dans certains circuits, les distributeurs ont la capacité, comme dans les circuits longs standards, d'imposer leurs conditions en matière de prix et de standards de qualité. Ainsi, avec l'introduction de pratiques et de valeurs du modèle agroindustriel standard, certains circuits de proximité sont bien des vecteurs de la conventionalisation de l'AB. Cependant, l'échelle géographique restreinte de ces circuits, les relations d'échange passant plus souvent par des relations directes, les circuits de proximité sont des lieux où la confiance et des relations interpersonnelles s'établissent plus facilement que dans les circuits longs. Dans plusieurs cas, la proximité contribue à tempérer les relations de marché et encourage à des négociations de prix moins dures et à la construction d'accords précisant les conditions de répartition de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne. Les circuits de proximité sont donc aussi des lieux d'atténuation du modèle agro-industriel. De fait, tenants d'un commerce éthique et équitable et porteurs d'un modèle de marché pur se retrouvent et se rencontrent dans les circuits de proximité. Plutôt que de s'opposer sur ces deux conceptions, l'enjeu paraît tenir dans la capacité des acteurs de ces circuits à construire des normes et des formes de régulation précisant les termes de l'échange et conditionnant son caractère plus ou moins équitable. La proximité tant géographique que relationnelle que crée l'échelle régionale constitue sans nul doute un terrain facilitant la construction de tels accords.

Remerciements : Ce projet de recherche a bénéficié de l'appui de la région Rhône-Alpes.

Références bibliographiques

Agence Bio, 2011. Dossier de presse : « L'offre de produits bio se développe en France pour répondre à la demande. » http://www.agencebio.org/upload/actu/fichier/DPconf_14022012val.pdf.

Bioconvergence et Corabio, 2012. L'agriculture Bio en Rhône-Alpes. Les chiffres de la production, transformation et distribution. 37p. http://bioconvergence.org/site-media/uploads/2basse_definition_2013.pdf

Buck D., Getz C., Guthman J., 1997. From farm to table: the organic vegetable commodity chain of northern California. *Sociologia Ruralis* 37, 3-20.

Chaffotte L., Chiffolleau Y., 2007. Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions et typologie, Cahier de l'Observatoire n°1, INRA, Montpellier, fév. 2007, 8p.

Coley D., Howard M., Winter M., 2009. Local food, food miles and carbon emissions: A comparison of farm shop and mass distribution approaches. *Food Policy* 34, 150-155.

- Darnhofer I., Lindenthal T., Bartel-Kratochvil R., Zollitsch W., 2009. Conventionalisation of organic farming practices : from structural criteria towards an assessment based on organic principles. A review. *Agronomy for Sustainable Development* 30, 67-81.
- Denechere F., Durand G., Marechal G., 2008. Systèmes alimentaires territorialisés: les circuits courts comme vecteurs de développement territorial. In Marechal G., *Les circuits courts alimentaires*, Dijon, Editions Educagri, p. 161-174.
- Deverre C., Lamine C., 2010. Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Économie rurale* 317, 57-73.
- Guthman J., 2004. The Trouble with "Organic Lite" in California: a Rejoinder to the "Conventionalisation" Debate. *Sociologia Ruralis* 47 (3), 301-316.
- Hendrickson M., Heffernan W.D., Howard P.H., Heffernan J.B., 2001. Consolidation in food retailing and dairy: Implications for Farmers and Consumers in a Global Food System. Report to the National Farmers Union Department of Rural Sociology, University of Missouri, Columbia, Missouri.
- Lamine C., 2008. Les intermittents du bio. Edition. de la Maison des sciences de l'Homme, QUAE, 341p.
- Maréchal G., 2008. Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires. Ed Educagri, Dijon, 213p.
- Ministère de l'agriculture et de la pêche, 2009. Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs. Plan d'action pour développer les circuits courts. <http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/4p-CircuitsCourts.pdf>.
- Muchnik J., Cañada S.J., Salcido T.G., 2008. Systèmes agroalimentaires localisés : état des recherches et perspectives. *Cahiers Agriculture* 17, 514-519.
- Mundler P., Rumpus L., 2012. «The Energy Efficiency of Local Food Systems: A Comparison between different modes of distribution ». *Food Policy* 37, 609–615.
- Sylvander B., Bellon S., Benoit M., 2006. Facing the organic reality: the diversity of development models and their consequences on research policies. *Organic Farming and European Rural Development*, 30 & 31 May 2006, Odense (Denmark), p. 58-61.
- Torre A., Beuret J.E., 2012, *Proximités territoriales*, ed. Economica, 105p.
- Vittersø G., Lieblein G., Torjusen H., Jansen B., Østergaard E., 2005. Local, organic food initiatives and their potentials for transforming the conventional food system. *Anthropology of food* [Online], 4 | May 2005. URL : <http://aof.revues.org/167>