



**HAL**  
open science

## Dynamiques et structuration des circuits courts agroalimentaires en Limousin : distance institutionnelle, proximités spatiale et relationnelle

Marius Chevallier, Julien Dellier, Gaël Plumecocq, Frédéric Richard

### ► To cite this version:

Marius Chevallier, Julien Dellier, Gaël Plumecocq, Frédéric Richard. Dynamiques et structuration des circuits courts agroalimentaires en Limousin : distance institutionnelle, proximités spatiale et relationnelle. 2013. hal-00921140

**HAL Id: hal-00921140**

**<https://hal.science/hal-00921140>**

Preprint submitted on 20 Dec 2013

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

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

## **Dynamiques et structuration des circuits courts agroalimentaires en Limousin : distance institutionnelle, proximités spatiale et relationnelle**

Marius Chevallier (correspondant)\*, post-doctorant en économie, Geolab UMR 6042 CNRS, FLSH, 39E Rue CAMILLE GUERIN 87036 LIMOGES CEDEX, [chevallier.marius@gmail.com](mailto:chevallier.marius@gmail.com), 05 55 43 55 06

Julien Dellier, post-doctorant en géographie, Geolab, Université de Limoges

Gaël Plumecocq, chargé de recherche en économie, INRA - SAD - UMR AGIR

Frédéric Richard, maître de conférence en géographie, Geolab, Université de Limoges

### **Résumé**

Malgré une activité institutionnelle apparemment importante et fortement médiatisée, les circuits courts semblent se caractériser par le faible rôle des proximités institutionnelles. Ces modes de commercialisation présentent en effet un certain nombre de caractéristiques qui handicapent les démarches d'institutionnalisation. Les proximités spatiales et plus encore relationnelles jouent en revanche un rôle déterminant. En particulier, la proximité relationnelle qui caractérise les circuits courts en Limousin ne serait donc pas un phénomène passager lié à une dynamique d'émergence mais une propriété durable qui induit un mode d'accompagnement particulier. Ce travail s'appuie sur les données 2010 du Recensement Agricole ainsi que sur une enquête quantitative inédite en France, menée en Limousin auprès de 500 producteurs pratiquant les circuits courts, ainsi que sur 40 entretiens libres afin de prendre en compte une réalité plus complexe que ce que les 700 variables renseignées permettent toutefois d'analyser.

## **Summary**

Although attempts of short food supply chains institutionalization are being processed, those chains keep being characterized by a weak role of institutional proximities. Those marketing strategies handicap indeed the institutionalization. Spatial and relational proximities are conversely decisive. Especially, the relational proximity in short food supply chains could durably be a property, rather than due to a period of emergence. That specificity should lead to a specific way of supporting the phenomenon. The study leans upon the 2010 Agricole Census and the first statistical study on a representative set of farmers in a French region : 500 farmers were interviewed giving information for 700 variables. 40 free interviews were used to complete some aspects which no variable could investigate.

## **Mots clés**

circuits courts agroalimentaires, proximité, territoire, institutions, économie informelle

## **Keywords**

Short food supply chains, proximity, territory, institutions, informal economy

En Limousin, selon le Recensement agricole 2010, 10% des exploitants agricoles vendent tout ou partie de leur production en circuits courts (CC par la suite), tels que définis dans le Plan Barnier : « 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 »<sup>1</sup>. Si ce pourcentage est nettement inférieur à la moyenne nationale (15%, hors viticulture), les organisations consulaires et professionnelles agricoles ainsi que les institutions publiques de la région en ont néanmoins fait un thème central de leur communication et de leurs actions depuis quelques années<sup>2</sup>. Les premières s'emparent de cette thématique au travers des marchés de producteurs animés par la Chambre d'Agriculture, ou via un annuaire initié par le Gablim (groupement régional d'agriculture biologique) recensant les producteurs bio en CC. Quant aux secondes, le Conseil Régional a entrepris de soutenir les CC dans le cadre de l'aide à la diversification introduite en 2003 et aboutissant en 2008 au dispositif DIVA (diversification agricole et rurale), mais les exemples d'acteurs publics impliqués sont multiples. Un certain nombre de ces institutions se sont d'ailleurs associées en 2011-2012 pour produire une enquête « Circuits courts en Limousin » pilotée par la Direction régionale de l'agriculture de l'alimentation et de la forêt du Limousin (Draaf par la suite) visant à compléter les informations relatives aux producteurs dans le Recensement agricole 2010 et à renforcer la médiatisation du phénomène.

De nombreux travaux ont été consacrés à des formes particulières de CC, notamment les points de vente collectifs, les paniers et les marchés de producteurs (au sens restreint de marchés

1

<http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/4p-CircuitsCourts.pdf>

2

Ces acteurs invoquent la réduction des kilomètres parcourus, le maintien d'emplois en milieu rural, le redéveloppement de ceintures vertes autour des villes, l'amélioration de la rentabilité des exploitations par la captation d'une plus forte plus-value, la lutte contre l'isolement des exploitants pour défendre leur soutien aux CC. Les quelques études qui évaluent leurs impacts ne permettent pas de conclure qu'ils jouent favorablement à tous ces niveaux (Blanquart et alii, 2010). Néanmoins, les CC bénéficient d'a priori favorables et d'un fort soutien médiatique face à la crise du modèle agricole dominant (Joly et Paradeise, 2003).

exclusivement accessibles aux producteurs) (Amemiya, 2007 ; Maréchal, 2008 ; Dufour et Lanciano, 2012 ; Goodman, 2003 ; Jarosz, 2000 ; Traversac, 2010 ; Mundler, 2012 ; Sonnino et Marsden, 2006). Cette attention portée aux formes innovantes ne doit pas faire oublier qu'elles restent minoritaires au sein des pratiques de CC, les plus répandues restant de loin la vente à la ferme et les marchés<sup>3</sup>. Cette contribution se propose donc de compléter la littérature en prenant en compte l'ensemble des modalités de ventes en CC et en considérant ces derniers dans toute leur diversité. De fait, quels qu'ils soient, les CC ont en commun de rapprocher le consommateur et le producteur (Dufour et alii, 2010 ; Dufour, Lanciano, 2012), ce qui justifie de rassembler cette diversité sous un même terme. En outre, en tant que telle, cette conception des CC et de leurs différentes formes constitue désormais un élément normatif et surtout institutionnel à part entière qu'il nous semblait pertinent d'analyser à la fois par le prisme des proximités (cf. la grille de lecture des proximités, encadré 1), mais également à une échelle géographique pertinente pour ce type d'objet : l'échelle régionale.

Dans cet article, nous défendons l'idée que le déficit institutionnel induit par la variété des formes de CC est compensé par d'autres manières d'assurer la coordination marchande. Ainsi, pour Prigent-Simonin et al. (2012), cette coordination n'est possible que parce que consommateurs et producteurs partagent un certain nombre de caractéristiques (proximité identitaire), plutôt que grâce au contenu lui-même de cette relation (proximité relationnelle). Dans cet article, nous insistons au contraire sur l'importance de cette dernière forme de proximité, à la suite de Sage (2003), Pouzenc et al. (2007), Chiffolleau (2006), Benezech (2007), Amemiya et al. (2008), Sonnino et Marsden (2007), Sarrazin (2012). Cette proximité relationnelle comble (ou s'appuie sur) la distanciation des CC vis-à-vis des principales institutions de commerce alimentaire traduisant le faible rôle de la proximité institutionnelle dans les CC (section 1). Cette distance institutionnelle est compensée par un retour de la contrainte ou

<sup>3</sup> Ces deux modes de vente sont cités respectivement par 70 et 38% des exploitants, contre 9% pour les points de vente collectifs et 6% pour les paniers (Agreste Limousin n°74 : 51).

de la proximité spatiale dans les échanges économiques, fortement « desserrées » dans le cadre de l'agriculture mondialisée (section 2). Pour autant, les CC restent essentiellement fondés sur la proximité relationnelle, ce qui en fait peut-être leur principale caractéristique (section 3).

### **Encadré n°1 – La grille des proximités**

La grille de lecture des proximités permet de mettre en évidence que le marché n'est pas un simple espace sur lequel des offreurs et des demandeurs échangent : les échanges économiques ne peuvent se développer que s'il existe des facteurs de rapprochement entre les individus, facilitant leur rencontre et leur coordination<sup>4</sup>. Une importante littérature théorique consacrée à la typologie de ces proximités a progressivement été élaborée (RERU, 1993 ; Gilly et Torre, 2000 ; Pecqueur et Zimmermann, 2004 ; Torre et Filippi, 2005 ; Torre, 2009 ; Bourdeau-Lepage et Huriot, 2009 ; Talbot, 2010). Plusieurs travaux concernant les CC ont déjà mobilisé cette grille : Pouzenc et al. (2007), Bouba-Olga et Grossetti (2008), Dénéchère et al. (2008), Prigent-Simonin et al. (2012), Praly et al. (2009).

Nous retenons ici la typologie suivante : un échange économique peut être facilité en cas de proximité spatiale (lorsque les coûts monétaires et le temps passé pour qu'un bien transite d'un propriétaire vers un nouveau propriétaire sont faibles), de proximité relationnelle (si des individus se connaissent déjà par ailleurs ou ont des connaissances communes), ou de proximité institutionnelle (si des individus participent aux mêmes organisations et/ou partagent les mêmes normes)<sup>5</sup>.

---

4

En cela, nous ne faisons référence qu'aux proximités recherchées, et non aux proximités subies, potentiellement porteuses de conflits (Torre et Zuindeau, 2009).

5

Une proximité importante entre deux acteurs économiques peut constituer un facteur défavorable au développement d'échanges économiques. Ce cas a notamment été étudié dans les industries à forte dimension stratégique (Boschma, 2004 ; Suire et, Vicente, 2009) et dans les espaces ruraux (Caron et, Torre, 2006). Cet aspect sera abordé en termes de proximité relationnelle, à travers le choix des modes de commercialisation (paragraphe 3.1).

## Encadré 2 – Méthodologie

Nous caractériserons les proximités par des indicateurs issus de trois sources empiriques complémentaires. La première est constituée des données du Recensement agricole 2010 décrivant les pratiques de plus de 1400 exploitants recourant aux CC en Limousin. Ces données sont complétées par une enquête menée par la Draaf Limousin en 2011 – « Circuits courts en Limousin », sous la forme d'un questionnaire de 700 variables. Les 500 exploitants enquêtés sont représentatifs des productions, des territoires et des différents modes de commercialisation relevant des CC (Agreste Limousin 2012, n°74)<sup>6</sup>. Enfin, ce corpus statistique a lui-même été complété d'une quarantaine d'entretiens libres réalisés auprès de consommateurs, producteurs, distributeurs et institutionnels limousins. Destinés à recueillir et analyser les représentations et réalités perçues ou souhaitées des différentes formes de proximités par les acteurs des CC, le corpus des entretiens est constitué de discours produits à partir d'une première question sur le thème général des CC (comment vous approvisionnez-vous ? Comment commercialisez-vous votre production ? Pourquoi et comment soutenez-vous les CC ?). L'enquêteur laisse ensuite l'acteur orienter et construire l'entretien en fonction de ses propres priorités. Le corpus a principalement été traité à l'aide du logiciel Alceste qui, outre l'établissement d'un dictionnaire des occurrences, permet d'analyser les proximités lexicales au sein du discours. En constituant des classes de mots fréquemment utilisés ensemble, il permet de déconstruire finement la dimension cognitive (au sens de savoirs et/ou croyances partagés) de la proximité institutionnelle. En particulier, le logiciel constitue des listes de mots permettant de caractériser les acteurs qui les utilisent par rapport aux acteurs qui ne les utilisent pas (Annexe).

---

6

Les données ont été préparées en collaboration avec le Service de l'information statistique, économique et territoriale de la Direction régionale agriculture alimentation forêt du Limousin.

Par la suite, nous signalerons les sources par « RA » dans le premier cas, « enquête Draaf » dans le deuxième cas et « entretiens » dans le troisième cas. Les données RA sont significatives à l'échelle des cantons, ce qui n'est pas le cas de l'enquête Draaf, que nous ne pouvons analyser en-deça de l'échelle des pays (au sens des lois Pasqua et Voynet de 1995 et 1999).

## **1. Affaiblissement de l'ordre institutionnel**

Avec l'Île de France, le Centre et la Champagne-Ardenne, le Limousin fait partie des régions françaises dont l'agriculture est la plus spécialisée (RA), avec plus des deux tiers de la surface agricole utile consacrée à une seule filière (le bovin viande dans notre cas). En prenant en compte l'ovin, le bovin lait et l'élevage hors sol, 90% de la SAU du Limousin est consacré aux productions animales. Inversement, le Limousin est l'une des trois régions dans lesquelles la polyculture est la moins développée (6%, comme l'Île de France et le Languedoc-Roussillon). Enfin, avec la pomme, la production végétale est elle-même très concentrée sur une production dominante. Cette homogénéité de productions se combine à une forte structuration organisationnelle des producteurs (proximité organisationnelle), ainsi qu'à des représentations partagées sur le métier d'agriculteur (proximité cognitive). Ces proximités organisationnelles et cognitives composent une proximité institutionnelle entre les exploitants agricoles et les acteurs aval, notamment les organisations de producteurs qui ont un rôle déterminant dans l'organisation des filières agroalimentaires. À l'inverse, les CC se caractérisent par l'hétérogénéité des acteurs et des types d'activités. D'une part, cela se manifeste par une plus grande distance institutionnelle entre les exploitants agricoles pratiquant les CC et les organisations agricoles en place. D'autre part, cette hétérogénéité nuit à l'émergence d'institutions alternatives qui seraient propres aux CC agroalimentaires.

### **1.1. Distance entre acteurs des CC et institutions agricoles**



### **1.1.1. Au sein du monde agricole**

Pour une agriculture aussi spécialisée que l'agriculture limousine, l'exportation constitue un débouché incontournable. Pour autant, les CC constituent un enjeu important pour les institutions agricoles de la région et les acteurs des CC s'appuient sur ces dernières : un quart des acteurs en CC s'appuient sur des ressources institutionnelles (études de marché, accompagnement technique, formations, accompagnement financier, etc.). De plus, deux tiers de ces acteurs pratiquent également les circuits longs à l'occasion desquels ils interagissent avec les institutions en place (Agreste Limousin, n°74 : 50). Mais parallèlement, l'émergence des CC s'accompagne d'un renouveau de la population agricole, ce qui modifie la conception même du métier d'agriculteur induisant une distance cognitive entre les exploitants en CC et les institutions en place. Cetinkaya (2009) analyse ainsi les difficultés des néo-agriculteurs à trouver un terrain d'interaction avec les exploitants issus du milieu agricole, témoignant d'un écart culturel important. Cette distance cognitive se manifeste par un sentiment de marginalisation, spontanément exprimé par la quasi-totalité des producteurs interrogés (entretiens).

Cette distance cognitive se mesure par le profil des exploitants recourant aux CC. Ces exploitants constituent une population différente de la population agricole globale : le Tableau 1 met en évidence les profils sur-représentés dans la population des exploitants en CC par rapport à la population agricole globale. Ces résultats confortent ainsi l'étude Traversac et al. (2011) menée dans le cas du vin (au niveau national) mettant en évidence l'impact positif de l'âge et du diplôme sur le recours à la vente directe. Au niveau national, les jeunes sont également sur-représentés : le poids des moins de 40 ans à la tête des exploitations pratiquant les circuits courts (21%) est supérieur de 27% à leur poids dans les exploitations ne les pratiquant pas (17%) (Recensement Agricole 2010).

## **insérer ici le Tableau 1 – Profils sur-représentés dans la population des agriculteurs en CC**

Ces éléments témoignent d'un certain renouveau agricole, en lien avec une évolution des normes agricoles (Leméry, 2003). Les CC réinterrogent ainsi l'identité professionnelle agricole, en particulier parce qu'ils font partie de ces pratiques vécues comme un retour vers une époque où l'artisanat alimentaire et l'agriculture sans intrants industriels ni mécanisation étaient courants (Goulet, Chiffolleau, 2006 ; Macken-Walsh, 2009, 2011). Kebir et Traversac (2010), Goodman (2003) et Sonnino et Marsden (2006, 2007) notent ainsi que les CC sont étroitement associés à l'ensemble des pratiques agroalimentaires dites « alternatives ». Selon Dufour et Lanciano (2012), ces nouvelles formes d'échange modifient en profondeur les pratiques agricoles des exploitants. En particulier, alors que les hommes considèrent l'artisanat alimentaire et la vente directe comme étrangers à leur profession (Macken-Walsh, 2011), les femmes sont en moyenne plus motivées par ces pratiques (Haugen and Vik, 2008). En outre, Camou et Quelin (2010) constatent que les projets portés dans des installations hors cadre familial, souvent par des néo-agriculteurs, sont plus fréquemment atypiques. Quant aux exploitants en agriculture biologique (AB par la suite), Boivin et Traversac (2011) font état des difficultés d'intégration des produits labellisés AB dans les circuits économiques conventionnels, en raison des changements radicaux que cette agriculture opère.

Cette évolution du référentiel de métier d'agriculteur qui se manifeste par un renouvellement de la population agricole en réaction à un modèle dominant, répond à des motivations que l'enquête Draaf permet d'analyser. En comparant les profils surreprésentés en CC avec le reste de la population agricole installée en CC (différences les plus faibles validées avec un test de Student), cette enquête permet de mettre en évidence que les profils surreprésentés en CC avancent,

relativement à leurs opposés dans la population en CC<sup>7</sup>, des motifs plus souvent personnels et sociétaux à leurs activités agricoles. Ils sont entre 20 et 25% moins nombreux que leurs opposés à déclarer la dimension économique comme première. Plus encore, lorsqu'ils avancent une motivation sociétale, celle-ci relève plutôt du champ économique (créer des emplois, créer une activité en milieu rural, valoriser les produits du terroir) que d'un champ plus sociétal (utiliser des bâtiments abandonnés, réceptivité à la démarche environnementale). À l'inverse, ceux dont la première motivation est personnelle sous-déclarent les modalités strictement économiques telles que la recherche d'une meilleure valorisation économiques des produits ou le besoin de trésorerie. Cela se traduit concrètement par le fait que les néo-Limousins, les néo-agriculteurs, les exploitants en AB et les plus diplômés ont moins d'annuités bancaires. Cette ouverture au-delà des préoccupations économiques est d'ailleurs un trait caractéristique des néo-agriculteurs (Stassart, 2003).

### **1.1.2. Au-delà du monde agricole**

Au même titre qu'elles s'accompagnent d'une remise en question des normes agricoles et du référentiel de métier d'agriculteur, c'est-à-dire en affaiblissant les proximités institutionnelles au sein du secteur agricole, les pratiques de commercialisation en CC ouvrent le champ institutionnel à des acteurs extérieurs au milieu agricole. Or, les CC constituent près de 50% du chiffre d'affaires des agriculteurs en CC (et même plus pour les profils sur-représentés : Tableau 2), ce qui signifie que les interactions entre agriculteurs et acteurs extérieurs ne sont pas négligeables mais ont une place significative dans leur vie professionnelle. De plus, pour un agriculteur en filière longue, l'interaction avec les consommateurs est plus déstabilisante que

---

7

Cette partie est donc consacrée à une série de comparaisons binaires : moins de 40ans / + de 40 ans ; label biologique / sans label biologique ; néo-limousins / nés en Limousin ; néo-agriculteurs / issus du milieu agricole ; bac + 2 et supérieur / bac et inférieur. Par la suite, le terme « leurs opposés » désignera le deuxième membre de l'opposition. Les questions posées aux exploitants en circuits courts étant pour la plupart inédites, il n'était pas possible, sauf pour les variables présentes dans le Recensement agricole, de comparer directement les exploitants en circuits courts avec les exploitants hors circuits courts.

celle avec les distributeurs puisque les seconds sont des professionnels, c'est-à-dire que leurs attentes mutuelles et donc leurs comportements sont plus standardisés. Or, les profils surreprésentés en CC privilégient les modes de vente directs : marchés, livraisons à domicile, paniers (Tableau 3), s'éloignant ainsi des pratiques commerciales et institutionnelles traditionnelles et normatives.

**Insérer ici Tableau 2 - Part du chiffre d'affaires en CC selon les profils surreprésentés en CC**

**Insérer ici Tableau 3 – Modes de vente directe selon les profils surreprésentés en CC**

La mise en relation de consommateurs et de producteurs peut passer par des institutions non a priori non dédiées aux CC, renforçant l'hétérogénéité institutionnelle des CC. C'est notamment le cas des marchés et des halles (si les CC y restent marginaux, consommateurs et producteurs impliqués en circuit court y ont néanmoins recours) : les producteurs s'y rendent pour se faire connaître, les consommateurs pour identifier les producteurs (entretiens). Plus encore le déficit d'institutionnalisation des CC amène également à mobiliser des institutions non a priori dédiées au commerce alimentaire : activités sportives, culturelles, vie de quartier, comités d'entreprise, ainsi que l'espace public (utilisation des moyens de communication des mairies, affichage public). Dans d'autres cas, les motivations militantes agricoles débordent du cadre de l'agriculture et prennent appui sur des réseaux militants « non agricoles » qui constituent alors une voie institutionnelle alternative de mise en relation avec les producteurs (sans surestimer pour autant ces motivations militantes : Dufeu, 2012 ; Lamine ; 2008; Aubry et Chiffolleau, 2009). Cette même activité militante peut par ailleurs contribuer, par exemple à travers la reconnaissance médiatique des paniers ou des Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP), à construire un langage commun qui facilite indirectement la mise en relation des acteurs (proximité cognitive). Ceci a d'ailleurs pu participer au fait que plus généralement, les CC bénéficient d'un a priori favorable et très consensuel. A tel point que

certain distributeurs et institutionnels interrogés ont spontanément exprimé leur étonnement vis-à-vis du crédit accordé aux producteurs, en particulier en regard du déficit de sympathie dont souffrent les commerçants et organisations de producteurs (entretiens).

## **1.2. Des freins à l'émergence d'institutions propres aux CC**

De nombreux acteurs œuvrent à l'institutionnalisation des CC à travers diverses initiatives collectives, créations de postes de chargés de missions ou de techniciens, mise en place d'organisations et plus généralement de « politiques CC » souvent à caractère normatif telles que l'incitation à la structuration des acteurs (entretiens). Malgré ces actions, le champ des CC a tendance à échapper à ces tentatives de structuration ou d'institutionnalisation. Cette résistance peut s'expliquer par des raisons structurelles (il est plus difficile d'institutionnaliser un secteur aux pratiques hétéroclites), par un déficit de coordination (la diversité des acteurs impliqués se traduit par une importante distance cognitive) ou encore par des raisons de nature plus politiques (réticence des acteurs à l'institutionnalisation).

### **1.2.1. La diversité des pratiques**

Les modes de commercialisation en CC cohabitent souvent au sein des exploitations (55% d'entre elles pratiquent au moins deux modes de commercialisation en CC). Par ailleurs, ils sont souvent pratiqués en complément ou à côté des circuits longs (Tableau 3). Cette hybridation des diverses formes de commercialisation augmente encore la diversité réelle de modes de commercialisation. Celle-ci est d'ailleurs également observée en Languedoc Roussillon où 5 profils de maraîchers en CC sont identifiés (Ollagnon, Chiffolleau, 2008) ou en Île de France dans le domaine de l'AB (Boivin, Traversac, 2011). En Limousin, les profils sur-représentés en CC ont recours à une plus grande diversité de modes et de lieux de vente en circuit-court que leurs

opposés (Tableau 4). Les entretiens montrent également que la multiplicité des critères revendiqués par les consommateurs, au-delà du prix et de l'accessibilité (le goût, le local, le relationnel avec le producteur, le mode de production, les régimes alimentaires, la gamme, etc.) multiplie les modalités et lieux d'achats.

**Insérer ici Tableau 4 : Nombre moyen de lieux de vente et modes de vente en CC selon les profils**

Le même constat peut être établi quant à la variété des productions (Tableau 5). Alors que 52% des exploitations ne pratiquant pas les CC sont spécialisées en bovin viande, la concentration est deux fois moindre pour les exploitations pratiquant les circuits-courts : seules 26% d'entre elles appartiennent à cette filière dans les CC, soit deux fois moins. Plus encore, cette diversité s'exprime au sein même des exploitations. En proportion, celles qui recourent aux CC sont 4 quatre fois plus nombreuses à pratiquer la polyculture et le polyélevage que celles qui n'y recourent pas. A l'échelle des pays, on constate plus généralement que les CC se développent plutôt dans les productions minoritaires de ces territoires (Agreste Limousin, 2012, n°74 : 88). Enfin, les modes de production sont également plus diversifiés puisque l'agriculture biologique, très minoritaire dans l'ensemble des exploitations limousines, concerne 15% de celles qui commercialisent leur production en CC.

**Insérer ici Tableau 5 : Répartition des exploitations par filières**

**1.2.2. Coexistence de mondes divers : une forte distance cognitive moyenne**

Cette diversité de pratiques se double de problèmes de compréhension et donc de coordination entre acteurs. La mobilisation quasi systématique de quelques mots-clefs par les acteurs pourrait

donner le sentiment d'un langage ou d'un discours apparemment partagé. Or, la signification ou le poids de ces termes est en fait si variable d'un acteur à l'autre qu'il n'existe finalement ni de vision consensuelle ni de « monde commun » des CC. D'après nos entretiens, la volonté d'institutionnaliser les CC ne semble intéresser que les acteurs institutionnels, leur fonction étant précisément de produire des normes. Ces efforts de structuration des CC (mission, plan, mener, appuyer, intervenir, lancer, favoriser, répondre, rôle) peuvent passer par une certaine forme d'encadrement des pratiques (contrôler, charte, guide, modèle, méthode<sup>8</sup>. Ces tendances normatives étant fréquemment justifiées par des grands principes, elles sont présentées à partir d'un vocabulaire de nature plutôt théorique (notion, philosophie, définition, thématique, idée) et très générique (circuit court, intermédiaire, citoyen, solidaire, société, écologique). En la matière, Mundler et alii (2010) ont pu constater que les institutions tendraient à sous-estimer la diversité des pratiques agricoles, favorisant ainsi la sélection de certaines pratiques plutôt que d'autres. De fait, les acteurs pratiquant CC perçoivent cette entreprise d'institutionnalisation comme autant de tentatives de leur imposer de nouvelles contraintes, et éventuellement comme des menaces.

Cette distance entre acteurs institutionnels et non institutionnels s'exprime également à travers les thématiques ou préoccupations périphériques aux CC qui sont spontanément abordées par les personnes rencontrées. Ainsi, et de manière peut-être inattendue, les problématiques environnementales sont très peu évoquées dans les entretiens, à la fois par les consommateurs, les distributeurs et les producteurs, alors qu'elles le sont fréquemment par les acteurs institutionnels (environnement, développement durable, intrant, planète, conscience, émission de gaz, carbone, Grenelle, préservation). D'ailleurs, l'enquête Draaf confirme cette caractéristique du point de vue des producteurs : la "réceptivité, sensibilité à la démarche environnementale" n'est citée que par 23% des exploitants. La création d'emplois, parfois parfois citée dans les entretiens par les institutionnels (mais moins souvent que les problématiques

---

<sup>8</sup> Ces listes de mots ont été obtenues avec le logiciel Alceste

environnementales, ) est un objectif rarement avancé par les producteurs (moins de 9% des producteurs citent la création d'un emploi pour eux ou pour leur territoire comme une source de motivation).

Cette distance cognitive s'observe également à l'intérieur des catégories d'acteurs :

- Concernant les exploitants, les profils dont nous avons analysé la sur-représentation dans les CC restent néanmoins minoritaires dans la population des CC (Tableau 1). On n'assiste donc pas à l'émergence d'une nouvelle population (une nouvelle majorité), mais plutôt à l'introduction d'hétérogénéité dans la population agricole. L'analyse des origines professionnelles des exploitants en CC permet d'appuyer ce constat : parmi les 40% qui ont travaillé en dehors du secteur agricole avant de s'installer, on trouve aussi bien des ouvriers, des employés et des cadres, ayant travaillé dans l'industrie, le bâtiment, le commerce et les services (enquête Draaf). De plus, les principaux modes de commercialisation (la ferme, les marchés et les commerçants détaillants) procèdent de démarches individuelles reflétant une grande diversité de pratiques d'un exploitant à un autre, ce qui complique encore la logique d'institutionnalisation et de normalisation.
- Concernant les consommateurs, les distances cognitives se manifestent par une difficulté à structurer les initiatives collectives, par exemple la difficulté à créer une fédération régionale des Amap limousine (entretiens). Dans une certaine mesure, on assisterait même à un mouvement inverse avec des systèmes de paniers qui se réclament de la philosophie Amap sans toutefois y adhérer formellement, voire en revendiquant leur autonomie (entretiens). Ce phénomène est également à l'œuvre à l'échelle nationale. Non seulement le mouvement Amap connaît des difficultés pour garantir le respect de la charte par les structures locales qui s'en réclament (Lanciano, Saleilles, 2011) mais il semble que les projets de créations de fédérations aient été à l'origine de vives tensions



(Lamine, 2008).

- Les acteurs institutionnels rencontrent également des obstacles cognitifs qui leur sont propres. Par exemple, eu égard aux règles actuelles des marchés publics, les collectivités sont la plupart du temps dans l'impossibilité d'introduire une clause de proximité dans les commandes publiques (pourtant possible pour le label AB) (entretiens). En l'espèce, la faible institutionnalisation du caractère local (ou de la proximité géographique) des productions se heurte aux règles (très institutionnalisées, elles) de la concurrence marchande.
- Quant aux organisations agricoles les plus influentes, elles portent un intérêt mesuré aux CC, mais semblent enclines à œuvrer à leur institutionnalisation pour mieux contrôler leur développement. En perte de pouvoir au sein d'espace ruraux vis-à-vis desquels elles se sentent parfois exclues (Osti, 2000), les organisations professionnelles agricoles peuvent ressentir l'émergence des CC comme une nouvelle « menace ». D'une part, les CC constituent une forme de distribution plutôt portée par des producteurs qui ne répondent pas aux normes du modèle de commercialisation dominant et donc à leur représentants professionnels. D'autre part, leur expertise et leur pouvoir sur le monde agricole se trouvent questionnés par le fait que cette dynamique est encouragée par des institutions non spécifiquement agricoles.

### **1.2.3. Méfiance vis-à-vis des démarches d'institutionnalisation**

Par-delà les distances cognitives inhérentes à la coexistence de différentes catégories d'acteurs et de différents acteurs au sein même de ces catégories, la difficulté d'institutionnalisation des CC tient également à une certaine défiance à l'endroit de toutes ou certaines des institutions qui y

travaillent.

D'après l'enquête Draaf, 20%% des exploitants citent la « volonté d'indépendance » parmi leurs motivations à se lancer dans les CC. Les producteurs se méfient des questions politiques intrinsèques qui accompagnent les démarches d'institutionnalisation et qui éloignent des préoccupations techniques (Chiffolleau, 2006 : 229-231). Les CC sont parfois vus comme une manière d'éviter d'avoir à recourir à la labellisation : cette forme d'institutionnalisation est considérée comme réductrice par rapport à une relation interpersonnelle moins formalisée (Benezech, 2011 ; entretiens)<sup>9</sup>. Enfin, les CC ne valent pas seulement pour leur fonction économique d'approvisionnement (fonction économique) mais aussi pour leur capacité à interroger les normes (fonction politique). Pour autant, comme cette norme n'est pas stabilisée, elle génère peu de proximité institutionnelle.

Lors des entretiens, nous avons retrouvé cette volonté d'autonomie à travers un vocabulaire mobilisé par les acteurs permettant de distinguer, différencier (petit, grand, gros, bio, différent, pareil, choix, libre, autonome), voire de juger (vraiment, forcément, important, vrai, aimer, préférer, bien, bon, mal). Cette volonté d'autonomie peut aller jusqu'à une critique des institutions en place via l'évocation des thématiques suivantes : mondialisation, agriculture intensive, pollution, système, contrôle exercé dans la labellisation, multinationales, hyper et supermarchés, etc. De leur côté, les institutions en place ont bien conscience de la défiance dont elles font l'objet et qu'elles critiquent parfois comme l'expression d'un certain individualisme ou amateurisme<sup>10</sup>, eux-mêmes imputés au fait que les CC sont encore en phase d'émergence (entretiens).

---

9

Certains acteurs institutionnels et consommateurs constatent également mais critiquent cette tendance à se passer de la labellisation sous prétexte d'un contact direct (entretiens).

10

Par exemple, Blanchard et alii (2010) identifient en effet de nombreuses voies d'amélioration des performances logistiques des CC.

## **2. Une compensation partielle et nuancée de la proximité spatiale**

Alors que les coûts de transport semblent importants pour les acteurs pratiquant les CC, a fortiori en Limousin du fait des faibles densités de peuplement, il ne faut pas surestimer l'importance de la proximité spatiale dans les CC (2.1.). En effet, d'une part les acteurs impliqués dans les CC ne font pas de la réduction des kilomètres parcourus un objectif majeur (2.2.) et d'autre part la concentration des consommateurs dans un même espace dissimule plusieurs effets contradictoires en termes d'impact sur le volume des échanges économiques (2.3.).

### **2.1. Coûts des transports dans les CC limousins**

Faute de bénéficier des économies d'échelle et des efforts de rationalisation de la logistique du système agroalimentaire en place, les déplacements en circuits- courts peuvent être plus coûteux et donc amener les acteurs pratiquant les CC à réaliser l'échange dans un espace géographique restreint. D'autant qu'en Limousin, la densité de population est très faible : avec 44 habitants au km<sup>2</sup>, la région se classe au 25ème rang des 27 régions, devant la Corse et la Guyane. De plus, cette population est très inégalement répartie : plus de 50% des 710 000 Limousins vivent dans les deux principales aires urbaines (Limoges et Brive), faisant chuter les densités à 8 habitants au km<sup>2</sup> selon les pays considérés. D'après les données du Recensement Agricole, plus les territoires sont densément peuplés, plus la part des exploitations agricoles pratiquant les CC est importante (coefficient de corrélation de 0,37)<sup>11</sup>. L'enquête Draaf permet d'expliquer que cette répartition géographique est déterminée par la présence d'un bassin de clientèle à proximité du lieu de l'exploitation (deuxième condition la plus citée à 44% par les exploitants limousins). Les

---

<sup>11</sup> À l'échelle départementale sur la France métropolitaine, la corrélation est quasiment nulle, mais elle monte à 0.3 si on enlève du calcul les deux valeurs extrêmes que sont la Corse (en raison d'un taux d'exploitation en CC très élevé) et les Yvelines, le Val d'Oise, le Val de Marne et l'Essonne (en raison d'une densité de population très élevée) (Recensement Agricole 2010, DISAR). Dans la région Île de France, Aubry et Chiffolleau (2009) constatent au sein de l'Île de France que la part des exploitations en CC augmente à l'approche de Paris.

entretiens révèlent également que le vocabulaire de la proximité spatiale est spécifiquement mobilisé par les acteurs des CC (aller, venir, trouver, arriver, passer, chercher, retrouver, amener, loin, déplacer, là-bas, chez, ici, y, près, coin, à côté).

Les résultats de l'analyse textuelle par le logiciel Alceste montrent cependant que ce vocable est beaucoup plus spécifiquement utilisé par les distributeurs et les "consommateurs individuels", c'est-à-dire hors des systèmes organisés de distribution en CC que par les autres catégories d'acteurs, ce qui relativise l'importance accordée aux déterminants spatiaux dans le recours à des modes courts de commercialisation. Nos entretiens confirment que la distance des lieux de commercialisation ou de collecte des produits est invoquée comme un facteur limitant de second ordre, ne parvenant pas à contrebalancer les motivations qui les ont conduit à recourir aux CC. Ainsi, pour Sirieix et al. (2008), la réduction du nombre de kilomètres parcourus reste secondaire dans les préoccupations des consommateurs.

Ces résultats sont conformes avec les diverses analyses du coût carbone des CC : celle-ci n'est pas nécessairement meilleure que celle des circuits longs (Redlingshöfer, 2008 ; Rizet et alii, 2008 ; Ademe et alii, 2011 ; Mundler et Rumpus, 2012). Dénéchère et alii (2008) montrent par exemple que la proximité spatiale est un facteur moins important dans les nouveaux modes de commercialisation que dans les formes plus traditionnelles. Ceci peut également s'expliquer par une faible prise en compte de l'impact environnemental de multiples petits déplacements : au quotidien, il est en effet plus facile d'improviser des petits déplacements rapides au détour de l'emploi du temps (entretiens). Toutefois, jusqu'à un certain point, la proximité spatiale reste un déterminant du mode d'approvisionnement des consommateurs, puisque la plupart des consommateurs que nous avons rencontrés affirment choisir leurs lieux d'achat par défaut de proximité, ne pouvant se rendre directement sur l'exploitation. En outre, le recours à une proximité organisée sur un mode assez informel permet alors aux « consommateurs organisés », c'est-à-dire impliqués dans une organisation de distribution des produits en CC, de combler cet

éloignement spatial : des producteurs proposent des produits de collègues dans leur boutique à la ferme ou sur leurs stands au marché, des consommateurs mettent sur pied des systèmes de panier en coordonnant les livraisons de plusieurs producteurs pour limiter les déplacements. Malgré tout, les kilomètres parcourus restent importants avec près de 690 kilomètres mensuels parcourus en moyenne par les exploitants en CC pour la partie commercialisation de leurs activités (enquête Draaf).

Les kilomètres parcourus par les acteurs des CC obéissent donc à de multiples critères, ce qui peut expliquer qu'à l'échelle des pays la corrélation entre densité de population et kilomètres parcourus par les exploitants soit faible (enquête Draaf). La densité de population constitue l'un des déterminants des kilomètres parcourus par les acteurs des CC, mais une même densité peut cacher des phénomènes différents. Par exemple, dans le Pays Ouest Creuse, la faible densité est compensée par un maillage de petites agglomérations dotées de commerces alimentaires variés et bien réparties sur le territoire (Le Grand Bourg, Bénévent-l'Abbaye, Dun-Le-Palestel, La Souterraine). À l'inverse, pour le pays de Tulle, l'effet de la densité moyenne est contre-balançé par une répartition très inégale des principales agglomérations.

## **2.2. Effets ambigus de l'agglomération**

En Limousin, l'effet d'agglomération pèse de manière complexe sur la présence et les stratégies des agriculteurs commercialisant leurs productions en CC. Tout d'abord, les territoires urbains ont la particularité de concentrer les populations à la fois les plus nombreuses (marché plus vaste) et disposant des revenus moyens les plus élevés (corrélation de 0.53 entre le niveau de revenu des 10% les plus riches et la part des exploitants en circuit-court, à l'échelle des cantons, RA). Mais dans le même temps, plus les densités de population sont importantes, moins les exploitations agricoles sont nombreuses sur le territoire en raison de la pression foncière.

Paradoxalement, les producteurs locaux recourant aux CC considèrent que cette pression peut agir en leur faveur en ce sens qu'elle limite les risques de saturation de l'offre de produits agricoles (entretiens). Et de fait, sans que la corrélation puisse être vérifiée en l'état, plus les agriculteurs sont nombreux sur un canton, plus la part des exploitations pratiquant les CC est faible (-0,36).

Malgré cela, la concentration d'individus sur un même territoire ne se traduit pas nécessairement par plus d'échanges économiques. C'est l'un des constats fondateurs du groupe proximité (RERU, 1993 ; Gilly, Torre, 2000 ; Pecqueur et Zimmermann, 2004) que de nuancer l'approche de l'économie des agglomérations selon laquelle la concentration d'individus sur un même territoire débouche sur plus d'échanges économiques (Huriot, Thisse, 2000 ; Bourdeau-Lepage, Huriot, 2009) : sans interactions sociales (proximité relationnelle et proximité institutionnelle), ces derniers restent peu développés. On retrouve ici ce débat entre proximité spatiale et proximité relationnelle. L'effet d'agglomération de la proximité spatiale est important pour les cantons de densité supérieure à la moyenne régionale : sur la sous-population des cantons de plus de 44 habitants au km<sup>2</sup>, plus la densité augmente, plus la part des exploitants en CC augmente (forte corrélation de 0.68). Mais sur la sous-population des cantons de densité inférieure à la moyenne régionale, on a le résultat inverse : moins le canton est peuplé, plus la part des exploitants en CC augmente (corrélation de -0.47 pour la sous-population des cantons de moins de 15 habitants au km<sup>2</sup>). On peut faire l'hypothèse que en-deçà d'un certain seuil, la faible densité est compensée par une plus grande interconnaissance, c'est-à-dire que la faible proximité spatiale est compensée par une forte proximité relationnelle.

### **3. La proximité relationnelle entre stabilité et incertitudes**

Pour les producteurs, la première des « compétences et qualités nécessaires pour bien réussir dans la vente en CC » est « un bon relationnel clientèle ». Cette appréciation a été formulée par 77% des exploitants interrogés dans l'enquête Draaf, contre moins de 40% pour les autres items (organisation technique, gestion économique, connaissance du marché). Dans de nombreux cas, les liens entre producteurs et consommateurs sont faibles au sens de Granovetter puisque leurs rencontres sont brèves (Dubuisson-Quellier et Le Velly, 2008 ; Prigent-Simonin et alii, 2012). Ces liens faibles, qui se développent essentiellement avec l'ancienneté dans un même territoire, sont relativement fréquents même si les acteurs citent plus spontanément les liens forts (relations amicales, voisinage, famille) lorsqu'ils cherchent à illustrer l'importance des relations sociales dans leurs activités (entretiens) : ces liens forts ont une fonction symbolique de valorisation des CC plutôt qu'un rôle économique de support des échanges. En particulier, l'insertion socioprofessionnelle des exploitants en CC a un double impact : tout d'abord dans la mise en relation des consommateurs et producteurs (rôle de l'ancienneté), puis dans leurs capacités à se comprendre mutuellement afin de déboucher sur un échange économique.

### **3.1. L'ancienneté, source de capital social**

Les exploitants ne pratiquent pas les mêmes CC selon leur ancienneté (appréhendue par l'année de démarrage des circuits courts) et leur l'expérience (mode de démarrage des CC<sup>12</sup>). À chaque mode de commercialisation correspond ainsi un profil particulier.

Pour les exploitants qui déclarent les commerçants détaillants comme leur principal débouché, l'année médiane de démarrage est 2006 (contre 2002, tous modes de vente confondus). Les exploitants qui ont démarré les CC plus tardivement n'ont pas encore eu le temps de se constituer

---

<sup>12</sup> CC dès l'installation ou CC après une première phase d'installation. Dans le premier cas, on distingue encore selon que l'installation s'est faite par reprise d'une exploitation pratiquant déjà les CC, ne les pratiquant pas, ou par création ex nihilo.

leur propre clientèle et bénéficient donc d'une clientèle préconstituée par des professionnels.

À l'inverse, parmi les exploitants qui déclarent les marchés comme leur principal débouché, l'année médiane de recours démarrage des CC au circuit-court est 1998 (la plus ancienne de tous les modes de vente) : l'ancienneté joue beaucoup sur les marchés en raison du temps long nécessaire à la constitution d'une clientèle, d'autant que les marchés sont considérés par les producteurs comme le mode de commercialisation dont l'offre est la plus saturée (Agreste Limousin, 2012, n°74 : 53). De plus, alors que les revendeurs y sont présents toute l'année, les producteurs sont soumis à la saisonnalité et aux aléas de leurs productions (entretiens), lesquels peuvent distendre leurs liens avec les consommateurs.

La vente à la ferme, quant à elle, ne semble pas être liée à l'ancienneté en CC, mais plutôt au décalage entre installation et démarrage des CC. Les producteurs n'ayant démarré les CC qu'après une première phase d'installation sont plus nombreux à citer la vente à la ferme parmi les modes de vente principaux. Cela s'explique par un effet d'ancienneté dans un espace déjà investi professionnellement : l'exploitation est déjà connue dans les environs, ce qui facilite l'attraction de clients sur l'exploitation.

Les exploitants qui pratiquent le plus la commercialisation par les points de vente collectifs sont ceux qui ont démarré les CC entre 2000 et 2005. D'une part, comme il s'agit d'une stratégie nécessitant une coopération avec les pairs, ce mode de commercialisation requiert que les exploitants soient déjà insérés et reconnus au sein des réseaux professionnels. Ainsi, les plus récemment installés ne se retrouvent pas dans ce type de CC, parce qu'ils manquent de capital social. D'autre part, ceux qui ont démarré les CC avant 1990 sont nettement sous-représentés dans les modes de vente collectifs. Ainsi, lorsque le capital social personnel est suffisant, la mutualisation des moyens de commercialisation impliquant certaines contraintes n'est pas nécessaire. Les plus anciens peuvent alors se l'épargner<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Les données ne permettent pas d'approfondir la causalité : certains anciens finissent peut-être par se retirer des collectifs auxquels ils ont participé, mais beaucoup de groupes de producteurs se sont développés récemment et



Enfin, la commercialisation en paniers est souvent initiée par un producteur seul. En principe, pour les producteurs concernés, la constitution d'une clientèle nécessiterait un certain temps. Pourtant, ce sont très nettement les exploitants qui ont démarré les CC le plus récemment qui commercialisent leurs productions en paniers. Nous expliquons ce phénomène par un double effet d'aubaine : d'une part, cette pratique en contact direct avec les consommateurs est plus accessible aux exploitants faiblement intégrés dans le milieu agricole<sup>14</sup> ; et d'autre part, ce mode de commercialisation est fortement médiatisé auprès d'un grand nombre de consommateurs. Ainsi, la faible proximité relationnelle des producteurs ayant recours aux paniers comme mode de commercialisation principal, est compensée par une proximité cognitive spécifique. Chiffoleau (2006 : 229) montre dans le cas du Languedoc-Roussillon que les producteurs pratiquant la vente en paniers sont moins impliqués dans les réseaux professionnels locaux que ceux qui développent des points de vente collectifs.

Pour autant, la proximité relationnelle et le capital social peuvent également jouer négativement. Dans nos entretiens, certains producteurs éprouvent en effet des difficultés à garder la bonne distance avec les consommateurs et souffrent de la perméabilité entre les sphères professionnelles et domestiques/intimes. Ils avancent alors que des modes de commercialisation comme la vente par correspondance, la livraison et ou la création de lieux dédiés tels que les magasins de producteurs peuvent être des moyens de contourner cette contrainte en n'ayant pas à gérer la présence de clientèle sur l'exploitation. Ceci peut expliquer que les agriculteurs qui ont repris une exploitation pratiquant déjà les CC, donc déjà insérée dans le tissu social local, sont plutôt sous-représentés dans la vente à la ferme, conséquence possible d'une volonté de limiter les interactions avec les consommateurs. À l'inverse, les exploitants ayant démarré les CC dans

---

auraient alors essentiellement attiré des exploitants récemment installés manquant d'insertion socioprofessionnelle.

<sup>14</sup> Ayant peu développé leur socialisation professionnelle, ils ont en commun avec les consommateurs un regard extérieur sur le milieu agricole, qui peut les rapprocher.

un deuxième temps sont, eux, plus présents dans le mode dedans la la vente à la ferme. Cela vient probablement du fait que l'organisation de leur production est déjà bien organisée et que leur organisation est moins vulnérable à l'intrusion de personnes extérieures.

### **3.2. Rôle des relations sociales dans un environnement incertain**

La proximité relationnelle est un moyen de comprendre la rencontre entre les acteurs, mais une fois cette rencontre réalisée, elle peut également constituer un atout pour leur permettre de concrétiser l'échange. L'analyse des termes utilisés par les acteurs interrogés en entretiens met en évidence un vocabulaire lié à la proximité relationnelle : dire, demander, parler, poser des questions, appeler, voir, regarder, discuter, collectif, réunion, rester (prendre un moment avec d'autres ou rester fidèle), direct, gens, personnel, lien, rencontrer. Dans les circuits « classiques » de distribution, les habitudes et les cahiers des charges font que les producteurs savent ce que l'on attend d'eux en aval de la production, d'autant que les acteurs avals des filières ont le pouvoir d'exiger le respect de certaines règles. Dans les modes de commercialisation en émergence, les normes restent encore peu stabilisées de sorte que la coordination entre l'offre et la demande nécessite plus de temps. Entre autres choses, le prix, la qualité ainsi que les modalités d'échange (lieu, fréquence, etc.) ne sont pas données a priori mais sont co-construits par les acteurs dans le cadre d'un processus de négociation (Amemiya et alii, 2008).

Les entretiens évoquent des exemples en ce sens : les producteurs peuvent être amenés à donner des conseils et recettes aux consommateurs, particulièrement lorsque les produits ne sont pas transformés ; ils donnent également des explications sur la variation des productions en fonction des conditions climatiques et autres aléas dans la production ; etc (entretiens). Bien souvent, il n'y a pas d'échanges informationnels directs, mais les relations sociales permettent de compenser ce déficit par des informations tacites et informelles (Kebir, Traversac, 2010 : 14). La construction progressive des expériences, des savoirs et des réputations autorise ainsi les

producteurs à s'épargner les contraintes des labellisations avec cahiers des charges sur les marchés locaux par opposition aux marchés extra-locaux (Benkahla et alii, 2005).

Cette co-construction peut également concerner le prix. Alors que dans les circuits classiques, les prix sont fixés par le marché (souvent à partir de cotations de référence), dans les CC tous les produits vendus par chacun des producteurs peuvent être considérés comme des produits « singuliers » (faute de standardisation), en tout cas différents en fonction des modes et lieux de production, de leur qualité, etc (Amemiya et alii, 2008 ; Nicolas et Valceschini, 1995). A produits différents, marchés différents. Il s'agit donc pour le producteur de justifier le prix qu'il pratique, par exemple en expliquant que ses produits sont particulièrement soignés. Une justification acceptable consiste ainsi à dire : « le prix de ma viande au kilo, il est plus élevé, parce que je la prépare. D'une part, le prix inclue le service de préparation de la viande ; d'autre part, il est plus juste, parce que je ne vends que ce qui est comestible et que je ne fais pas payer le gras et les os ». Les discussions et efforts de pédagogie relatifs à la tarification se rencontrent fréquemment dans la vente par avec les paniers ou dans le cadre des AMAP. L'importance de cette « innovation sociale » (Benezech, 2012) est confirmée dans nos entretiens : lorsque les producteurs lissent les prix sur l'ensemble de l'année, il leur est nécessaire de rappeler les principes d'ajustement saisonniers dès que la quantité des produits peut apparaître insuffisante (entretiens).

## **CONCLUSION**

En conclusion, les acteurs impliqués dans les CC se situeraient « à l'opposé de la logique productiviste qui s'est imposée dans la période précédente mais qui reste encore le modèle de référence si on en croit les tenants d'une structuration des CC sur la base de la recherche d'économies d'échelle » (Benezech, 2012). Alors que la logique économique inciterait à mettre

en place de nouvelles institutions permettant de rationaliser les échanges, les CC semblent plus s'appuyer sur une proximité relationnelle, informelle, qu'une proximité institutionnelle, mieux structurée. Ceci peut poser problème dans la relation avec les acteurs institutionnels. Ces derniers perçoivent clairement l'intérêt que peuvent représenter les CC en termes de développement durable et/ou de développement rural. Pourtant leurs échanges avec les producteurs, consommateurs et distributeurs sont compliqués par cette prégnance d'une proximité relationnelle informelle difficilement maîtrisable.

De nouvelles modalités d'accompagnement peuvent néanmoins émerger et être soutenues par les institutions. La complexité étant intrinsèque aux CC, il est vain de vouloir la réduire par des efforts de standardisation. Il est en revanche nécessaire de former les acteurs des CC à répondre eux-mêmes et par leurs propres moyens aux multiples situations et obstacles qu'ils peuvent rencontrer. Dans le cadre d'un partenariat avec Vivea Est (organisme de formation continue agricole), Saleilles et alii (2012) constatent ainsi que les organismes de formation tendent à proposer un appui aux échanges entre pairs et entre producteurs et consommateurs, à l'instar de certains membres du Réseau Agriculture Durable en Limousin, plutôt que de solliciter des experts capables de proposer des solutions formalisées.

Le manque de proximité institutionnelle n'est donc pas nécessairement un handicap pour le développement des CC. Ce dosage particulier et nouveau entre proximités relationnelles, proximités spatiales et proximités institutionnelles pourrait finalement s'avérer durable. Les institutions publiques et privées peuvent alors accompagner les acteurs des CC dans cette optique, plutôt que d'appliquer un modèle traditionnel visant à faire passer les CC d'une "phase d'émergence" à un "stade adulte".

## **BIBLIOGRAPHIE**

Ademe, Solagro, Tercial, 2011. *Guide pour la réalisation de bilans des émissions de gaz à effet de serre d'une organisation du secteur agricole et agro-alimentaire.* [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr).

- Agrawal A., 1995, Dismantling the Divide Between Indigenous and Scientific Knowledge, *Development and Change* Vol. 26, 413-439.
- Agreste Limousin, 2012. Circuit court : une offre variée à développer, *Agreste Limousin* n°71, 4 pages.
- Agreste Limousin, 2012. *Les circuits courts en Limousin en 2010 : état des lieux, facteurs de réussite et perspectives de développement*, *Agreste Limousin* n°74, numéro spécial, 96 pages.
- Agreste Primeur, 2012. Commercialisation des produits agricoles, un producteur sur cinq vend en circuit court, n°275, *Agreste Primeur* n°275, 4 pages.
- Amemiya H. (dir), 2007. *L'agriculture participative, dynamiques bretonnes de vente directe*, Presses Universitaires de Rennes.
- Amemiya H. (dir), 2011. *Du Teikei aux Amap*, Presses Universitaires de Rennes.
- Amemiya H., Benezech D., Renault M., 2008. Les circuits courts : un 'monde de commercialisation interpersonnel ? Marechal (2008), *Les circuits courts alimentaires*, 113-123.
- Aubry C., Chiffolleau Y., 2009. Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelle. *Innovations Agronomiques* n°5, 53-67.
- Benezech D., 2011. La confiance entre les partenaires de l'échange, au-delà des labels, in Amemiya H. (dir), 2011. *Du Teikei aux AMAP. Le renouveau de la vente directe de produits fermiers locaux*, 303-316.
- Benezech D., 2012. Des circuits courts pour un agriculteur entrepreneur ? Boutillier et al. (2012), *L'innovation verte, de la théorie aux bonnes pratiques*, Peter Lang, Bruxelles, 253-270
- Blanquart C., Gonçalves A. Kebir L., Petit C., Traversac J., Vandebossche L., 2010. The logistic leverage of short food supply chains performance in terms of sustainability. *12th World Conference on Transport Research*, Lisbonne, 11-15 juillet.
- Boivin N., Traversac J., 2011. Acteurs et agriculture biologique dans la fabrique alternative des espaces : Le cas de l'Île-de-France, *Norois*, n°218, 41-55.
- Boschma R., 2004., Proximité et innovation, *Économie rurale*, n°280, 8-24.
- Bouba-Olga O. et Grossetti M., 2008. Socio-économie de proximité, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, p.311-328.
- Bourdeau-Lepage L., Huriot J., 2009. Proximités et interactions : une reformulation. *Géographie, Économie et Société*, Vol.11, n°3, 233-249.
- Bruckmeier K., Tovey H., 2008. Knowledge in Sustainable Rural Development: From Forms of Knowledge to Knowledge Processes. *Sociologia Ruralis*, Vol 48, Number 3, July.
- Caron S., 2001. S'installer hors cadre familial, une mission impossible, <http://ja.web-agri.fr/moteur/562/562P24.html>.
- Caron A., Torre A., 2006. Vers une analyse des dimensions négatives de la proximité. Les conflits d'usage et de voisinage dans les espaces naturels et ruraux, *Développement Durable et Territoires*, n°7.
- Camou R., Quelin C., 2010. Projets agri-ruraux innovants : quel accompagnement ? *Études de l'ASP*, 10 p
- Capt D., Wawresky P., 2011. Vers un développement des circuits courts dans le domaine alimentaire en France ? Importance, localisation et caractéristiques des producteurs. Communication aux 5èmes Journées de recherches en sciences sociales INRA-SFER-CIRAD, Dijon, 8-9 décembre.

- Cetinkaya G., 2009. Challenges for the maintenance of traditional knowledge in the Satoyama and Satoumi ecosystems, Noto Peninsula, Japan. *Human Ecology Review* 16(1): 27–40.
- Chiffolleau Y., 2006. From Politics to Co-operation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains. *Sociologia Ruralis*, Vol 49, Number 3, July, 218-235.
- Codron, J.M., L. Sirieix and T. Reardon, 2006. Social and environmental attributes in an emerging mass market: challenges of signaling and consumer perception, with European illustrations. *Agriculture and Human Values*, 23 (3), 283-29.
- Dénéchère F., Durand G., Maréchal G., 2008. Systèmes alimentaires territorialisés : les circuits courts comme vecteurs de développement territorial, in Maréchal (2008), *Les circuits courts alimentaires*, 161-174.
- Dubuisson-Quellier S., Le Velly R, 2008. Les circuits courts entre alternative et hybridation. In G Maréchal (2008), *Les circuits courts alimentaires*, 105-111.
- Dufour A., Herault-Fournier C., Lanciano E., Pennec N., 2010. L'herbe est-elle plus verte dans le panier ? Satisfaction au travail et intégration professionnelle de maraîchers qui commercialisent sous forme de paniers. Traversac (2010), *Circuits courts : contribution au développement régional*.
- Dufour A., Lanciano E., 2012. Les circuits courts de commercialisation : un retour de l'acteur paysan ? *Revue Française de Socio-Économie*, 2012/1 n° 9, 153-169.
- Fourcade C., 2008. Des dynamiques de proximité innovantes : le cas des Systèmes agroalimentaires localisés en France. *Cahiers Agricultures*, vol. 17, no. 6, 520-525.
- Fujita M., Thisse J., 2003. *Économie des villes et de la localisation*, Bruxelles, De Boeck.
- Gilly J.P., Torre A., 2000. *Dynamiques de Proximité*. L'Harmattan, Paris.
- Goodman D., 2003, The quality turn and alternative food practices : reflections and agenda ? *Journal of rural studies*, vol.19, 1-7.
- Goulet F. et Chiffolleau Y., 2006. Réseaux d'agriculteurs autour de l'agriculture de conservation en France : Echanges de savoirs et identités. *Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens* ; n. 69, 177-181.
- Granovetter M., 2000. *Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie*. Desclée de Brouwer, 239p.
- Haugen M. et Vik J. 2008. Farmers as entrepreneurs : the cas of farm based tourism. *International Journal of Entrepreneurship Small Business*, vol 6, n°3, 321-336.
- Huriot J. et Thisse J. (éd), 2000. *Economics of Cities. Theoretical Perspectives*. Cambridge University Press.
- Jarosz L., 2000. Understanding agri-food networks as social relations. *Agriculture and Human Values* 17, 279–283.
- Joly P., Paradeise C., 2003, Agriculture et alimentation: nouveaux problèmes, nouvelles questions. *Sociologie du Travail* 45 (1), 1-8.
- Kachkouch Soussi C., 2009. *Agir sur le foncier, pour une agriculture durable*, mémoire de master « migrations internationales », Université de Poitiers, sous la direction de Patrick Gonin
- Kebir L., Traversac J., 2010, Introduction, in Traversac (2010), *Circuits courts: contribution au développement régional*, 11-19.
- Kloppenborg J., 1991. Social theory and the de/reconstruction of agricultural science : local knowledge for an alternative agriculture. *Rural sociology*, vol.56, n°4, 519-548.

- Lamine C., 2005. Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers. *Sociologia Ruralis*, Vol 45, Number 4.
- Lamine C., 2008. *Les AMAP: un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs ?* Yves Michel, 140p.
- Lanciano E., Saleilles S., 2011. Le travail institutionnel du mouvement des Amap. *Revue Française de Gestion*, vol8, n°217, 155-172.
- Le Caro Y. Daniel R., 2007. Les motivations des agriculteurs d'après une enquête auprès de vendeurs directs en Bretagne. Amemiya (2007), *L'agriculture participative*.
- Lémery B., 2003. Les agriculteurs dans la fabrique d'une nouvelle agriculture. *Sociologie du travail* 45, 9-25.
- Macken-Walsh A., 2009. *Barriers to change : a sociological study of rural development in Ireland*. Teagasc National Report, Teagasc Rural Economy Research Centre, Ireland.
- Macken-Walsh A. 2011. Governance, Rural development and Farmers' participation in Irish local food movements, in Torre et Traversac (coord) (2011), *Territorial Governance*, 93-106.
- Marechal G. (Ed), 2008. *Les circuits courts alimentaires*. Educagri, Dijon, 113-123.
- McGreevy S., 2012. Lost in translation: incomer organic farmers, local knowledge and the revitalization of upland Japanese hamlets. *Agriculture and Human Values*, vol. 29, 393-412.
- Muchnik J., Sanz-Canada J., Torres-Salcido G. (2008), Systèmes agroalimentaires localisés: état des recherches et perspectives, *Cahiers Agricultures*, vol. 17, no. 6, 513-519.
- Mundler P., Guermonprez B., Jauneau J., Pluvinage J., 2010. Les dimensions territoriales de la restructuration laitière, *Géographie, économie, société*, 2010/2 Vol. 12, 161-180.
- Mundler P., Rumpus L., 2012. The energy efficiency of local food systems: A comparison between different modes of distribution. *Food Policy* n°37, 609-615.
- Nicolas F., Valceschini E., 1995. *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*. Paris, INRA, Éditions Economica, 1995, 436 p.
- Ollagnon M., Chiffolleau Y., 2008. Diversité des producteurs en circuits courts. Typologie des maraîchers de l'Hérault et des Pyrénées-Orientales. *Les Cahiers de l'Observatoire CROC/Coxinel*, n°8, septembre 2008, 8 pages.
- Osti G., 2000. Leader and Partnerships, the case of Italy. *Sociologia Ruralis*, vol.40, n°2, 172-180.
- Pecqueur B., Zimmermann J., 2004. *Économie de Proximités*. Hermès, Paris.
- Pouzenc M., Bulher A., Coquart D. Girou S., Fontorbes J., Vincq J., 2007. *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées*, UMR Dynamiques Rurales, Toulouse, avril, 267p.
- Praly C., Chazoule C., Delfosse C., Bon N., Cornée M., 2009. La notion de proximité pour analyser les circuits court. *XLVIe colloque de l'ASRDLF*, Clermont-Ferrand, 6-8 juillet.
- Prigent-Simonin A., Hérault-Fournier C., 2012. *Au plus près de l'assiette, pérenniser les circuits courts agroalimentaires*, Educagri Editions, 264 pages.
- Prigent-Simonin A., Hérault-Fournier C., Merle A., 2012. Développer la proximité, in Prigent-Simonin et Hérault-Fournier (2012), *Au plus près de l'assiette*, 48-62.
- Redlingshöfer B. 2008. L'impact des circuits courts sur l'environnement. Maréchal (2008), *Les circuits courts alimentaires*, 175-185.
- Rizet, C., Browne M., Léonardi J., Allen J., Piotrowska M., Cornélis E., Descamps J., 2008. *Chaînes logistiques et consommation d'énergie : Cas des meubles et des fruits & légumes*.

Contrat INRETS/ADEME N° 05 03 C 0170.

- Sailleilles S., Lanciano E., Poisson M., Dufour A., Brives H., 2012. Quelle formation continue pour accompagner les producteurs en circuits alimentaires de proximité ? Communication au *symposium Les chemins du développement rural*, Clermont-Ferrand, 19-21 juin.
- Sarrazin F., 2012. L'échange social plus fort que l'échange marchand, in Prigent-Simonin et Hérault-Fournier (2012), *Au plus près de l'assiette*, 63-79.
- Sirieux L., Grolleau G., Schaer B., 2008. Do consumers care about food miles? An empirical analysis in France. *International Journal of Consumer Studies* n°32, 508–515.
- Sonnino R., Marsden T., 2006. *Alternative food networks, embeddedness and rural development : refining the research agenda*. Cardiff University, Working Paper.
- Sonnino R., Marsden T., 2007. Agriculture ou nouvelle économie agraire ? Les réseaux alimentaires locaux dans le Sud-Ouest de l'Angleterre. Mollard et alii (2007), *Territoires et enjeux du développement régional*, 177-194.
- Stassart, P., 2003. *Produits fermiers: entre qualification et identité*. Peter Lang, Bruxelles.
- Suire R., Vicente J., 2009. Why do some places succeed when others decline? A social interaction model of cluster viability. *Journal of Economic Geography*, Oxford University Press, vol. 9(3), 381-404.
- Talbot D., 2010. La dimension politique dans l'approche de la proximité. *Géographie, économie, société*, Vol.12, n°2, 125-144.
- Torre A., 2009. Retour sur la notion de Proximité Géographique. *Géographie, économie, société*, Vol.11, n°1, 63-75.
- Torre A., Filippi M. (coord), 2005. *Un point sur les proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux*. INRA Editions, 320 pages.
- Torre A., Traversac J. (coord), 2011. *Territorial governance, local development, rural areas and agrofood systems*, Physica Verlag.
- Torre A. et Zuindeau B., 2009. Les apports de l'économie de la proximité aux approches environnementales : inventaire et perspectives. *Natures Sciences Sociétés*, Vol.17, n°4, 349-360.
- Traversac J., 2010. *Circuits courts : contribution au développement régional*, Educagri.
- Traversac J, Kebir L., 2010. Vers un ancrage territorial des relations producteur-consommateur en Île-de-France, enseignements tirés du cas des paniers de fruits et légumes, in Traversac (dir) (2010), *Circuits courts : contribution au développement régional*, 43-54.
- Traversac J., Rousset S., Perrier-Cornet P., 2011. Farm resources, transaction costs and forward integration in agriculture: Evidence from French wine producers. *Food Policy* n°36, 839-847.



**Tableau 1 – Profils sur-représentés dans la population des agriculteurs en CC**

Limousin	Femmes *	Moins de 40 ans	Bac + 2 et supérieur	Néo-limousins **	Néo-agriculteurs	Exploitations labellisées AB
ensemble des exploitants agricoles (2010)	29%	21%	14%	26%	16% ***	3%
exploitants pratiquant les circuits courts (2011)	38%	32%	29%	35%	24%	15%

Sources : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin  
Recensement Agricole 2010 Limousin, sauf indication contraire

Lecture : 32% des exploitants pratiquant les circuits courts ont moins de 40 ans contre 21% dans l'ensemble des exploitations agricoles.

\* Part des exploitations ayant au moins une femme dirigeante ou co-dirigeante

\*\* Pas nés en Limousin. Pour l'ensemble de la population agricole, données du Recensement de la Population 2008.

\*\*\* Nous n'avons pas de données répondant à la même question que celle posée dans le questionnaire circuit court (Draaf) : « avez-vous des parents ou des grands-parents agriculteurs ? ». Nous utilisons la statistique suivante : en Limousin, 24% des installations aidées sont hors cadre familial (c'est-à-dire que l'exploitation n'appartenait pas à la famille jusqu'au troisième degré, c'est-à-dire y compris les arrière-grands-parents et les oncles) (Kachkouch Soussi, 2009), sachant qu'au niveau national, un tiers des « hors cadre familial » sont enfants d'agriculteurs (Caron, 2001).  
2/3 de 24%=16%.

**Tableau 2 - Part du chiffre d'affaires en CC selon les profils surreprésentés en CC**

néolimousins	femmes	jeunes	Bac+2 et sup	néoagriculteurs	bio
+ 52% (65% contre 43%)	- 10% (48% contre 53%)	ns (49% contre 48%)	+ 22% (58% contre 48%)	+ 38% (64% contre 47%)	+ 49% (70% contre 47%)

Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin –  
Calculs par nos soins.

Lecture : la part du chiffre d'affaire que les néo-Limousins réalisent en CC est 52% supérieure à celle de leurs opposés (65% du chiffre d'affaire des premiers sont réalisés en CC contre 43% pour les exploitants nés en Limousin).

**Tableau 3 – Modes de vente directe selon les profils surreprésentés en CC**

	néolimousins	femmes	jeunes	> bac+2	néoagriculteurs	bio
domicile	+ 26%	- 60%	+ 97%	+ 36%	ns	ns
marchés	+ 27%	+ 45%	ns	ns	+ 25%	+ 58%
paniers	+116%	+ 58%	ns	+ 240%	+ 74%	+ 422%
ferme	ns	ns	- 14%	ns	+ 14%	ns

Source : Agreste - enquête sur les circuits-courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin –  
Calculs par nos soins.

Lecture : au sein des exploitants en CC, la part des néo-Limousins pratiquant la vente à domicile est supérieure de 26% à celle des exploitants nés en Limousin.

**Tableau 4 : Nombre moyen de lieux de vente et modes de vente en CC selon les profils**

	néolimousins	femmes	jeunes	Bac+2 et sup	néoagriculteurs	bio
nombre de modes de vente	+ 23% (1,8 contre 2,2)	ns (2 contre 1,9)	ns (2 contre 1,9)	+ 33% (1,8 contre 2,4)	+ 22% (1,8 contre 2,2)	+ 43% (1,8 contre 2,6)
nombre de lieux de vente	+ 31% 3,5 contre 2,7)	+ 15% (3,3 contre 2,9)	+ 15% (3,3 contre 2,9)	+ 31% (3,6 contre 2,8)	+ 30% (3,7 contre 2,8)	+ 61% (4,5 contre 2,7)

Source : Agreste - enquête sur les CC alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin – Calculs par nos soins.

Lecture : les exploitants néo-limousins ont recours à 23% de modes de vente en plus par rapport à ceux nés en Limousin : 2,2 modes de vente pratiqués en moyenne par les premiers contre 1,8 par les seconds.

**Tableau 5 : Répartition des exploitations par filières**

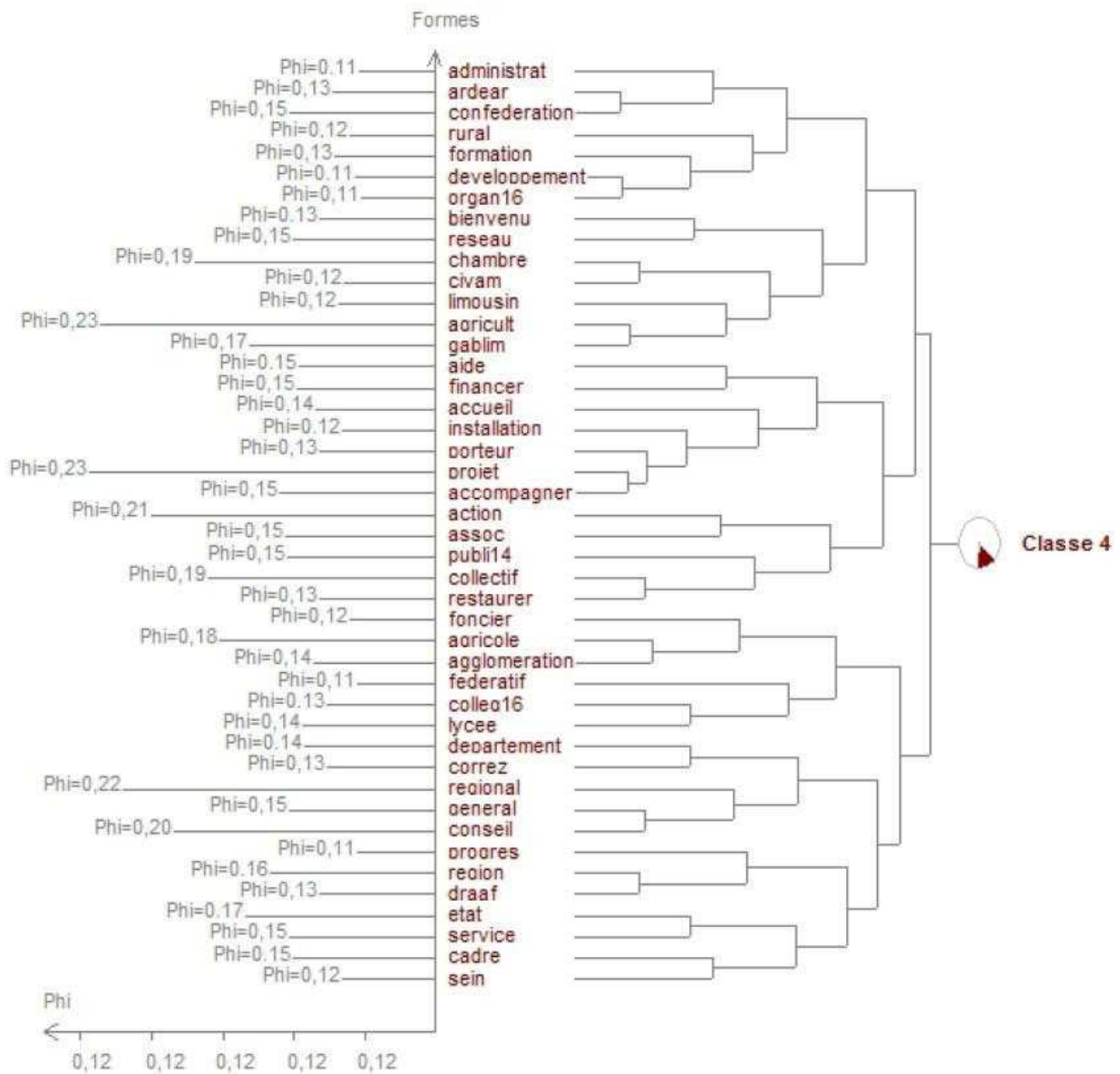
Répartition par filière – en %	exploitations pratiquant les circuits courts	exploitations ne pratiquant pas les circuits courts
Grandes cultures	1	7
Maraîchage et horticulture	6	1
Cultures fruitières et autres cultures permanentes	10	2
Bovins lait	2	3
Bovins élevage et viande	26	52
Bovins mixtes (lait, élevage et viande combinés)	3	2
Ovins, caprins et autres herbivores	15	21
Autres animaux (volailles, porcs, lapins, etc)	12	5
Polyculture et polyélevage	25	7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source – Recensement Agricole 2010

Lecture : 1% des exploitations en CC sont spécialisées dans les grandes cultures

**Annexe – Exemples de sorties graphiques du logiciel Alceste permettant de caractériser des classes de vocabulaires et les acteurs les utilisant**

**Graphique 1 – Représentation graphique interne à une classe de vocabulaire des co-occurrences de mots (deux mots proches sont fréquemment cités à proximité l'un de l'autre)**



**Graphique 2 – Décomposition des discours des individus (en ligne) par classes de vocabulaire (carrés de couleurs)**



**Graphique 3 – Représentation graphique de la proximité des classes de vocabulaire les unes avec les autres**

