



**HAL**  
open science

## Portrait des circuits courts 2001-2018 en Midi-Pyrénées

Michaël Pouzenc

► **To cite this version:**

Michaël Pouzenc. Portrait des circuits courts 2001-2018 en Midi-Pyrénées. [Rapport de recherche] LISST. 2019. hal-01980965v1

**HAL Id: hal-01980965**

**<https://hal.science/hal-01980965v1>**

Submitted on 14 Jan 2019 (v1), last revised 14 Apr 2019 (v2)

**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.

## **Portrait des circuits courts 2001-2018 en Midi-Pyrénées**

*L'étude des circuits courts présentée ici a débuté de 2006 à 2008 au sein du laboratoire Dynamiques Rurales, dans le cadre du programme SHS Région Midi-Pyrénées intitulé « Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées » (Pouzenc et alii, 2008). Le travail s'est poursuivi depuis lors et a notamment bénéficié, de 2015 à 2018, du soutien du programme CLE Région Midi-Pyrénées intitulé « CAPPAP – Circuits Alimentaires de Proximité : les Plateformes d'Approvisionnement territorialisées », coordonné par Melise Bouroullec (INP - Ecole d'Ingénieurs Purpan) et impliquant les laboratoires AGIR, LISST et SADAPT.*

Les circuits courts correspondent aux multiples modes de commercialisation des produits agricoles qui s'exercent par la vente directe ou par un intermédiaire au maximum entre le producteur et le consommateur (Ministère français de l'Agriculture, 2009). La réflexion est généralement centrée sur les circuits courts *de proximité*, c'est-à-dire excluant la vente par correspondance au-delà de l'échelle locale ou régionale. En Midi-Pyrénées, l'engagement des agriculteurs dans les circuits courts était en régression entre les recensements agricoles de 1988 et 2000. Cette tendance s'est clairement inversée entre 2000 et 2010, la part des exploitations agricoles utilisant les circuits courts de commercialisation passant de 14 à 19 % (Agreste données Midi-Pyrénées, 2012). Depuis lors, les circuits courts ne cessent de se multiplier.

Pour un portrait de ce vaste ensemble et de son développement dans l'ancienne région Midi-Pyrénées, nous croisons diverses sources : recueil d'information auprès de personnes-ressources bien au fait, sur leur territoire, des initiatives locales, recherches sur internet en utilisant différents mots clés de manière systématique, département par département, sites internet des initiatives étudiées, consultation de la presse locale. En outre, nous nous basons sur la typologie établie à l'INRA Montpellier (projet CROC, 2007, Fig. 1).

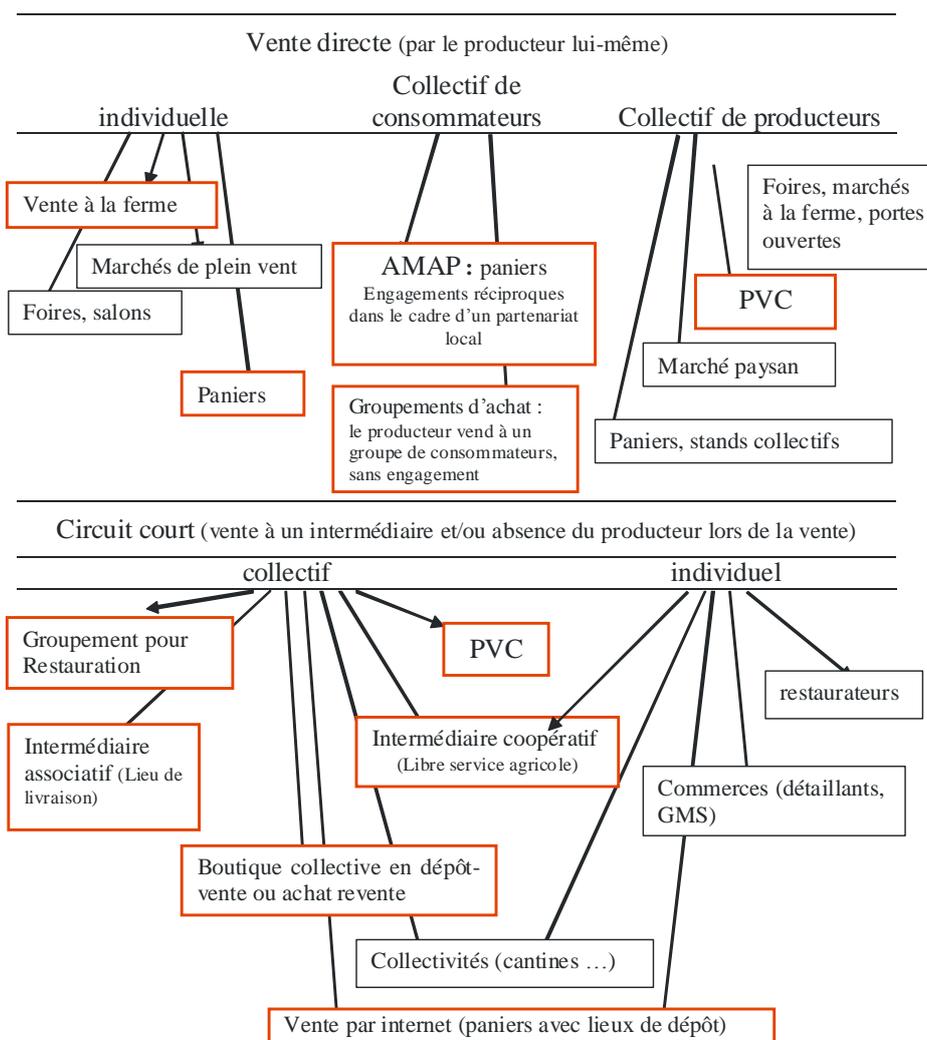
Par manque de sources et car ils nécessiteraient une étude en soi, nous renonçons à inventorier :

- les marchés de plein vent sous leurs différentes formes (marchés hebdomadaires, marchés de producteurs, foires, marchés à la ferme),
- les producteurs qui vendent individuellement tout ou partie de leur production à des restaurateurs, des commerçants, des grandes surfaces ou des collectivités.

Ainsi, nous concentrons l'analyse sur la vente à la ferme, les systèmes de livraison de paniers, les points de vente collectifs de producteurs (dont ceux mis en œuvre par des coopératives), les AMAP et les plateformes d'approvisionnement local destinées aux professionnels. Plus précisément, nous avons pris en compte :

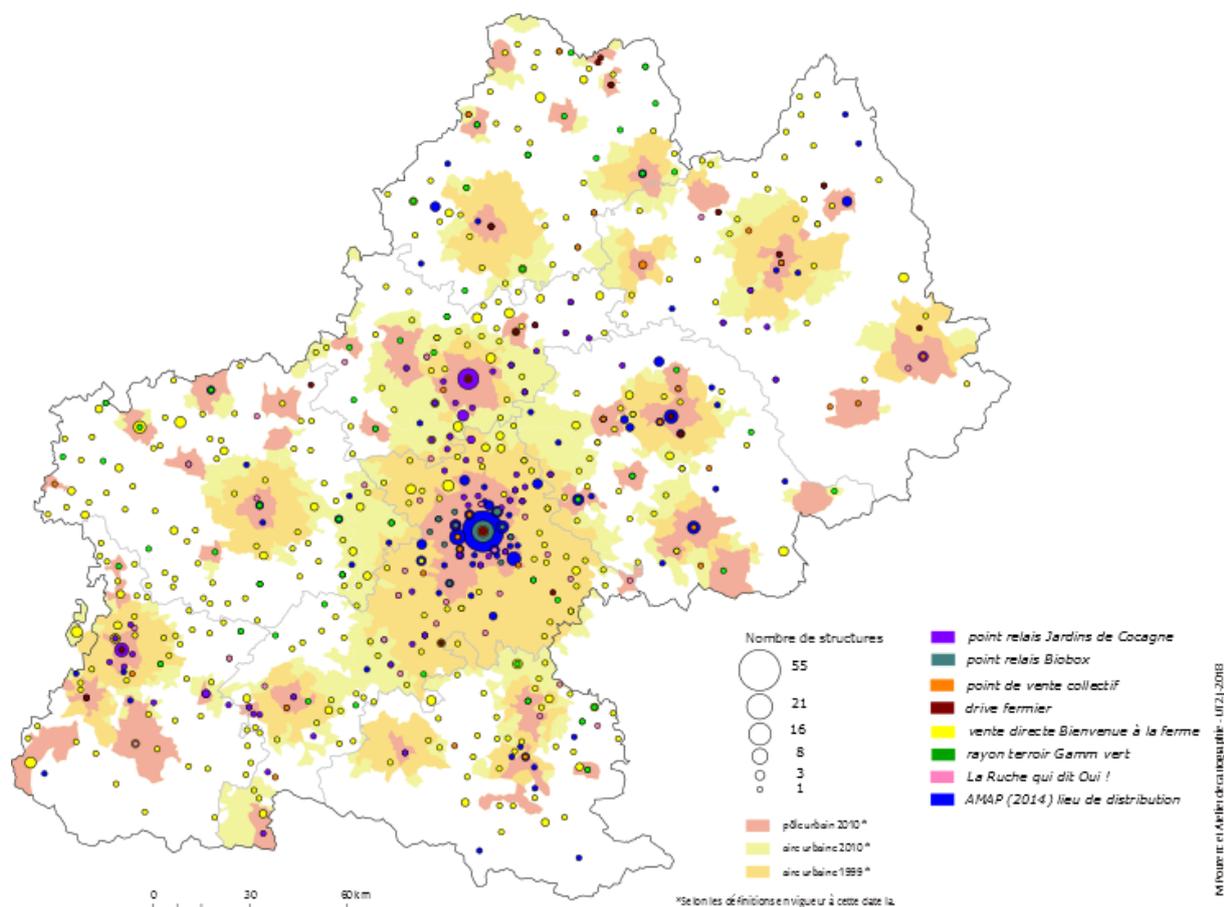
- les exploitations agricoles membres du réseau Bienvenue à la ferme,
- les points de vente collectifs de producteurs,
- les AMAP,
- la vente en ligne de paniers par l'entreprise Biobox et les points relais des jardins d'insertion « Jardins de Cocagne »,
- les rayons « produits de terroir » des magasins coopératifs Gamm vert
- les drives fermiers,
- la Ruche qui dit Oui !
- et les plateformes d'approvisionnement local.

**Figure 1 : Les types de circuits courts pris en compte**



Même dans le périmètre ainsi délimité des principaux circuits courts en Midi-Pyrénées (hors marchés de plein vent et vente individuelle aux restaurateurs ou commerçants), il apparaît d'emblée que les circuits courts collectifs de deuxième génération étudiés dans le programme CAPPAP s'insèrent dans un environnement déjà très dense de circuits courts (Fig. 2).

Figure 2 : La multiplicité des circuits courts en 2015 en Midi-Pyrénées



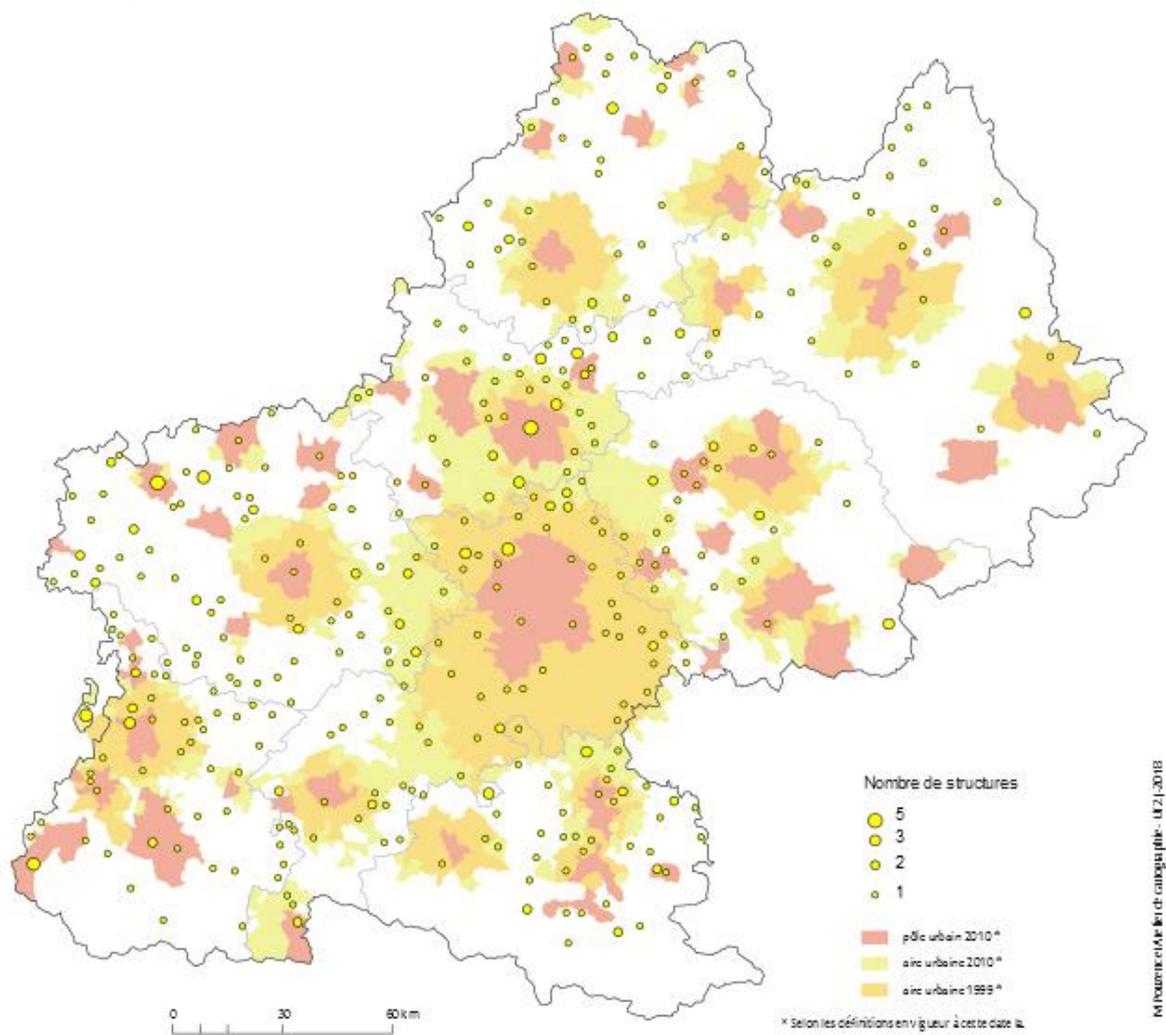
Pour mieux comprendre cet environnement, nous pouvons relever que chaque mode de commercialisation a sa propre dynamique et sa propre géographie.

### 1. La vente directe, exemple du réseau Bienvenue à la ferme

Une partie des producteurs pratiquant la vente directe souhaite se rendre plus visible en s'inscrivant dans des annuaires de producteurs, par exemple [www.acheteralalsource.com](http://www.acheteralalsource.com), ou en adhérant à un réseau, par exemple Accueil Paysan (52 points de vente de produits paysans sont répertoriés en Midi-Pyrénées en 2018).

Le réseau le plus développé est celui de « Bienvenue à la ferme » (Fig. 3), animé par des conseillers régionaux et départementaux dans chaque Chambre d'Agriculture. Les exploitations agricoles affiliées à ce réseau et pratiquant la vente directe sont très nombreuses dans toute la région. Selon le site [www.bienvenue-a-la-ferme.com](http://www.bienvenue-a-la-ferme.com) consulté en août 2007, mai 2015 et novembre 2018, le nombre d'adhérents pratiquant la vente directe augmente régulièrement : 412 points de vente directe chez le producteur sont répertoriés en 2007, 453 en 2015 et 579 en 2018.

Figure 3 : Les points de vente directe Bienvenue à la ferme en 2015 en Midi-Pyrénées



Les dynamiques sont toutefois très variables d'un département à l'autre : entre 2007 et 2018, l'Ariège connaît une forte baisse du nombre d'adhérents, la Haute-Garonne, l'Aveyron et le Tarn-et-Garonne connaissent une évolution limitée tandis que tous les autres départements voient le nombre d'adhérents augmenter sensiblement (Fig. 4).

Figure 4 : Réseau Bienvenue à la ferme :  
points de vente directe chez le producteur en Midi-Pyrénées, de 2007 à 2018

	Adhérents 2007	Adhérents 2015	Adhérents 2018	Taux d'évolution 2007-2018 (%)
<b>Ariège</b>	81	46	32	-60,49
<b>Aveyron</b>	50	35	53	6,00
<b>Haute-Garonne</b>	96	86	87	-9,38
<b>Hautes-Pyrénées</b>	51	61	113	101,79
<b>Gers</b>	56	91	80	247,83
<b>Tarn-et-Garonne</b>	36	60	60	17,65
<b>Tarn</b>	19	33	82	331,58
<b>Lot</b>	23	41	72	100,00

Source : [www.bienvenue-a-la-ferme.com/](http://www.bienvenue-a-la-ferme.com/) consulté en août 2007, mai 2015 et novembre 2018.

Ces dynamiques hétérogènes peuvent s'expliquer par différents facteurs :

- des priorités différentes d'une Chambre d'Agriculture à l'autre, avec un intérêt plus ou moins fort pour la vente directe,
- une plus ou moins forte animation des réseaux départementaux,
- une plus ou moins forte propension à privilégier les stratégies individuelles aux démarches collectives (en Haute-Garonne notamment, la vente directe aux consommateurs toulousains ne nécessite pas forcément de démarche collective),
- une possible concurrence avec d'autres démarches collectives (développement d'une marque Parc en Ariège).

## 2. Les points de vente collectifs de producteurs

C'est dans l'ancienne région Rhône-Alpes que la démarche « point de vente collectif » a été la plus formalisée. Suite à la création, dans cette région, d'un premier point de vente collectif en 1978, d'autres initiatives ont suivi durant les années 1980 et, en 1990, une première association est mise en place pour les fédérer. Cette association produira en 1991 une charte des points de vente collectifs et participera, en 1994, au lancement du réseau national AVEC (Agriculteurs en Vente Collective Directe) ; elle deviendra à cette occasion l'association AVEC Rhône-Alpes<sup>1</sup>. Si depuis lors, le réseau national n'existe plus, la charte d'AVEC Rhône-Alpes continue de faire référence pour spécifier ce qu'est un point de vente collectif. Il s'agit notamment de :

- garantir des « produits de nos fermes, vendus par nous-mêmes »,
- assurer la transparence sur les modes de production et la qualité des produits vendus,
- gérer chaque point de vente d'une manière collective par les producteurs<sup>2</sup>.

Les points de vente collectifs existent en Midi-Pyrénées depuis les années 1970. Les huit départements de la région sont concernés. De 2007 à 2015 s'observent quelques créations et quelques fermetures, correspondant au total à une croissance régulière mais assez lente de ce mode de commercialisation, qui suppose un important travail de coordination, peu aisé à instaurer et pérenniser.

Figure 5 : Points de vente collectifs en Midi-Pyrénées en 2007 et 2015

	Nombre de PVC 2007	Nombre de PVC 2015
<b>Ariège</b>	3	2
<b>Aveyron</b>	4	7
<b>Haute-Garonne</b>	7	11
<b>Gers</b>	2	1
<b>Lot</b>	3	6
<b>Hautes-Pyrénées</b>	2	2
<b>Tarn</b>	2	7
<b>Tarn-et-Garonne</b>	5	3
<b>TOTAL RÉGION</b>	<b>28</b>	<b>39</b>

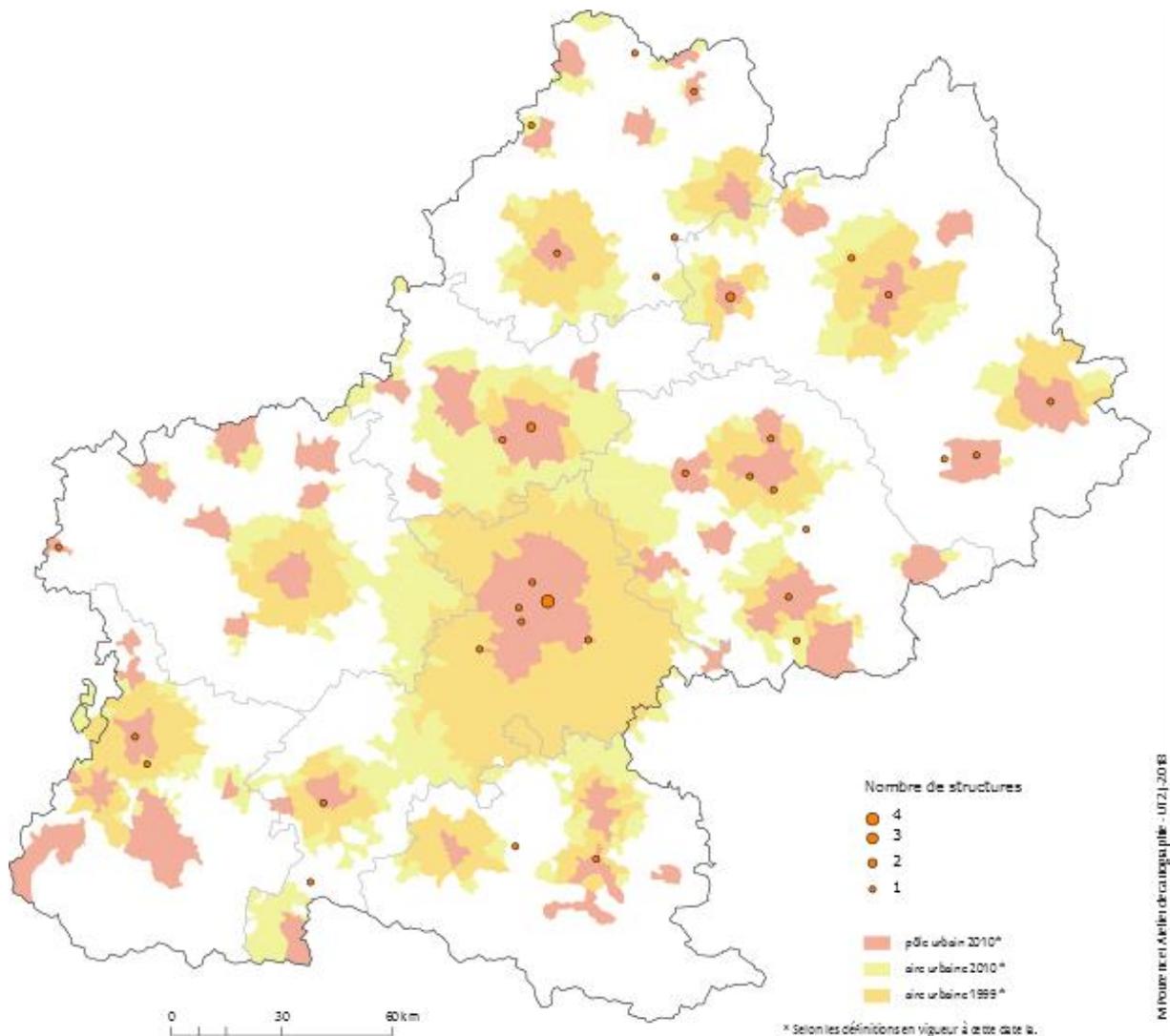
Si les points de vente collectifs peuvent s'implanter dans des petites villes et des bourgs ruraux, voire des villages, ils sont surtout situés à proximité des concentrations les plus importantes de

<sup>1</sup> [www.avec-ra.fr](http://www.avec-ra.fr), consulté le 12.02.2008.

<sup>2</sup> idem.

consommateurs (agglomération toulousaine et villes moyennes, notamment Albi). C'est dans ces agglomérations qu'ils connaissent le développement le plus important (Fig. 6).

**Figure 6 : Les points de vente collectifs de producteurs en 2015 en Midi-Pyrénées**



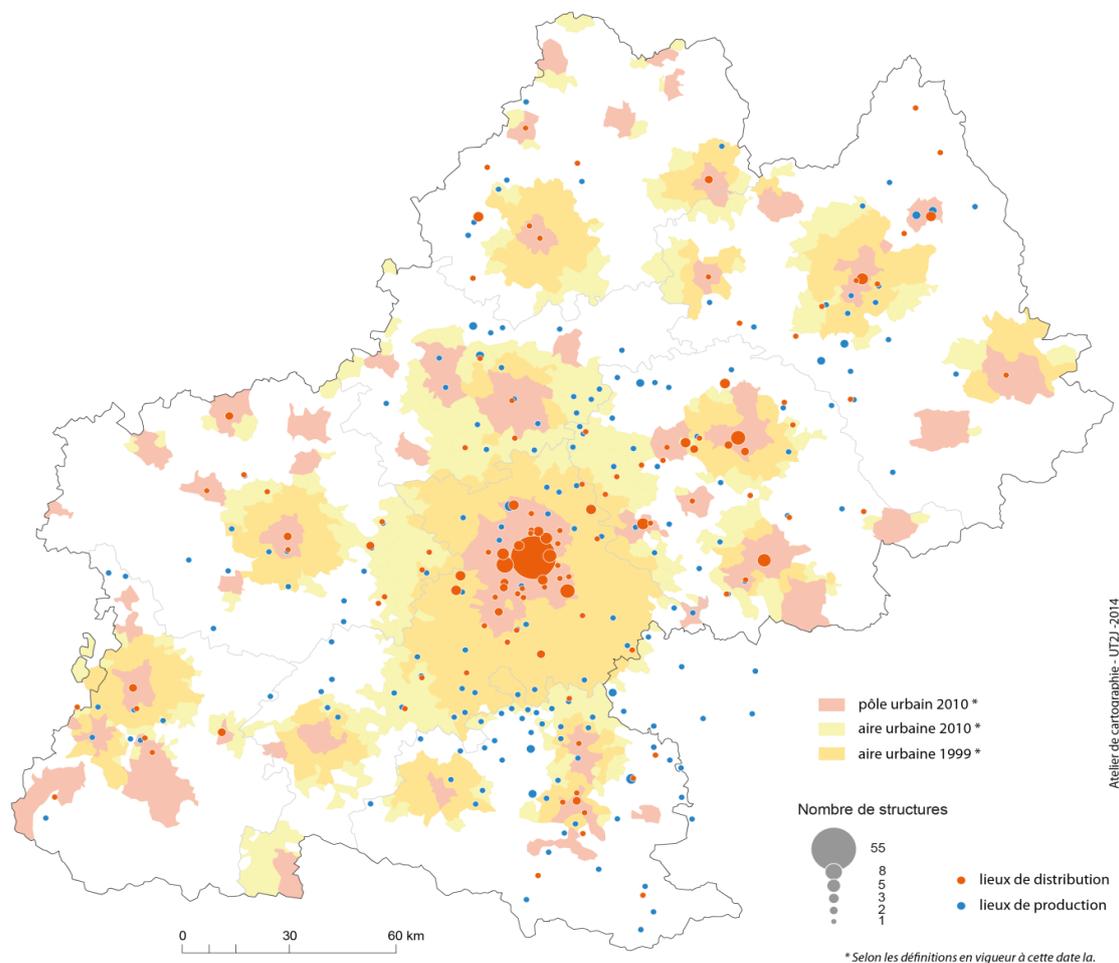
### 3. Les AMAP

Si la première AMAP française voit le jour en 2001 dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, la région Midi-Pyrénées ne reste pas longtemps à l'écart du phénomène. La première AMAP s'y crée en 2003 et ces associations s'y multiplient rapidement. Par recensements réguliers, nous en dénombrons une centaine en 2007, environ 120 en 2009, 170 en 2011, 240 en 2014 et 200 en 2017. Après une décennie de forte croissance, la diminution apparente du nombre d'AMAP entre 2014 et 2017 correspond en fait à une stabilisation. L'évolution principale est que la tendance à multiplier les AMAP autour d'un même collectif (une AMAP légumes + une AMAP volaille + une AMAP fromages...) est largement remplacée par la tendance à créer des collectifs d'AMAP (une seule et même association propose une pluralité de contrats : un contrat légumes + un contrat volaille + un contrat fromages...). Ainsi, exemple parmi une dizaine d'autres, « Escale AMAP » regroupe à présent 6 AMAP qui jusque-là portaient des noms différents. Parallèlement à ce mouvement de simplification, le

développement de nouvelles « branches » (une « branche » par nouveau produit proposé : œufs, fromages, veau, porc, agneau, fruits, céréales...) se poursuit dans une cinquantaine d'AMAP.

Le nombre de producteurs impliqués semble également stabilisé : nous en avons identifié environ 200 en 2014 et autant en 2017. Nous n'avons eu accès qu'à des informations partielles ; le nombre total de producteurs impliqués continue probablement de se situer entre 200 et 250.

**Figure 7 : Les AMAP en 2014 en Midi-Pyrénées : positionnement vis-à-vis des aires urbaines**



Le déploiement des AMAP s'opère en tous points de la région ; les huit départements sont concernés. Toutefois, le déploiement des AMAP s'opère de manière très différente entre les espaces ruraux, urbains et périurbains. Sur la base du zonage en aires urbaines 1999 établi par l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques), les AMAP de Midi-Pyrénées apparaissent dès l'inventaire de 2007 comme un phénomène principalement urbain pour leurs lieux de distribution (67 % des lieux de distribution en pôle urbain et 23 % en espace à dominante rurale). A lui seul, le pôle urbain de Toulouse regroupe plus de la moitié des lieux de distribution. Tous les quartiers de Toulouse ont leurs AMAP ; la capitale régionale constitue ainsi, et de loin, le principal foyer de développement des AMAP. En parallèle, ces associations sont un phénomène principalement rural pour leurs lieux de production (64 % des lieux de production en espace à dominante rurale et 13 % en pôle urbain). Les AMAP sont par contre très peu périurbaines : 10 % des lieux de distribution et 23 % des lieux de production se situaient en couronne périurbaine en 2007.

La part des lieux de distribution en pôle urbain a ensuite diminué quelque peu au profit des lieux de distribution en espace à dominante rurale, de même que la part des lieux de production en pôle urbain a légèrement diminué au profit des lieux de production en couronne périurbaine. A ces deux points près, la répartition des AMAP est demeurée stable de 2007 à 2011, du moins au regard des délimitations de 1999 du zonage en aire urbaines.

La donne change durant les années 2010, en raison de la démultiplication des AMAP au fil des ans et plus encore de l'extension des couronnes périurbaines telle que reflétée par les délimitations du zonage en aires urbaines 2010 (Fig. 7). Les AMAP continuent d'apparaître comme un phénomène très largement urbain pour leurs lieux de distribution. Les lieux de production, quant à eux, se situent principalement dans l'espace à dominante rurale et dans le périurbain le plus éloigné des pôles urbains ou le plus récent. Ces éléments laissent supposer l'existence d'au moins deux types d'espaces périurbains, agencés de manière concentrique. Un faible développement des AMAP serait caractéristique du périurbain ancien. Ce type d'espace comporte des terres cultivées ou en friche depuis peu de temps, mais leur usage agricole est probablement obéré à court ou moyen terme par les pressions foncières en faveur de l'urbanisation. Par contre, le périurbain récent (postérieur à 1999 selon les définitions de l'INSEE) ou le plus éloigné des pôles urbains, moins soumis à la pression foncière, serait propice à la mise en place d'un rapport associatif à l'agriculture. Cette dynamique n'est pas la seule à l'œuvre : à l'intérieur de la région, le fort développement des AMAP dans le Tarn ou l'Ariège, contrairement par exemple aux Hautes-Pyrénées, permet de voir que les dynamiques associatives départementales peuvent jouer tout autant que le caractère rural, périurbain récent ou périurbain ancien des espaces investis.

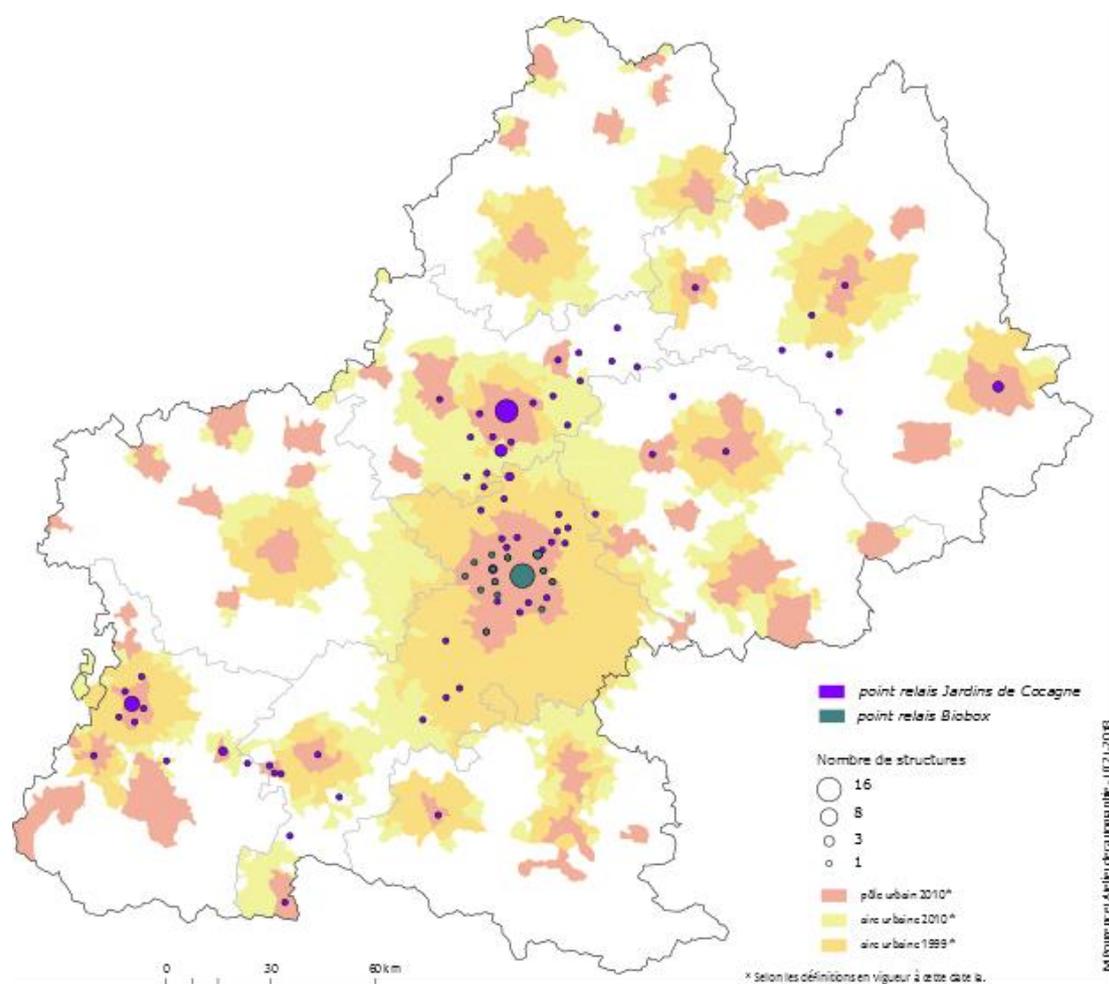
La comparaison avec les études menées dans d'autres régions permet en outre de relativiser l'analyse. En Midi-Pyrénées, région à dominante rurale et pourvue, autour de sa métropole, d'une très vaste couronne périurbaine peu densément peuplée, on ne peut qu'être frappé par la profusion d'expérimentations qui se déploient dans tout type d'espace, à partir de milieux associatifs extrêmement divers, ou plus largement de réseaux de relations sociales très hétérogènes, très localisés, même si chacun s'empare de préoccupations qui traversent l'ensemble de la société. En ce sens, les AMAP semblent y correspondre à un milieu innovateur diffus (V. OLIVIER, M. POUZENC et J. PILLEBOUE, 2011). En région PACA (Provence – Alpes – Côte d'Azur), les AMAP sont essentiellement l'apanage de l'aire métropolitaine d'Aix-Marseille et peuvent s'analyser davantage en termes de 'cluster', ou plus précisément de système agroalimentaire localisé (P. MINVIELLE et alii, 2011). Dans la région très rurale du Limousin, au contraire, les AMAP établies en dehors des pôles urbains sont majoritaires et reposeraient sur une proximité sociale entre agriculteurs diplômés et nouveaux habitants des espaces ruraux, autour d'une forme de gentrification de ces espaces (F. RICHARD et alii, 2014). Dans la région rurale du Béarn, autour d'une agglomération de 240 000 habitants, les lieux de distribution des AMAP sont essentiellement urbains mais les lieux de production se situent aussi bien en espace rural qu'en couronne périurbaine ou en pôle urbain (X. ARNAUD DE SARTRE et alii, 2011).

Ainsi, le développement différencié des AMAP entre l'espace rural, le périurbain récent, le périurbain ancien et l'espace urbain semble spécifique à Midi-Pyrénées et sa vaste couronne périurbaine peu dense autour de Toulouse. Les logiques spatiales des AMAP ne sont pas uniformes d'une région à l'autre.

#### 4. La vente de paniers, exemples des jardins d'insertion et de Biobox

Les jardins d'insertion « Jardins de Cocagne » existent depuis 1991<sup>3</sup> et se sont structurés en réseau national en 1999. Ils assurent la production et la distribution de légumes biologiques sous forme de paniers hebdomadaires à des adhérents-consommateurs, permettant à des adultes de retrouver un emploi et de (re)construire un projet personnel.

Figure 8 : Les points relais des jardins d'insertion « Jardins de Cocagne » et de Biobox en 2015 en Midi-Pyrénées



Midi-Pyrénées comptait 6 de ces jardins en 2007. Leur réseau s'est nettement renforcé depuis lors avec l'ouverture de 2 jardins supplémentaires et surtout la mise en place d'une centaine de points relais (107 en 2015), aux alentours de chaque jardin et le long des principaux axes routiers (Fig. 8).

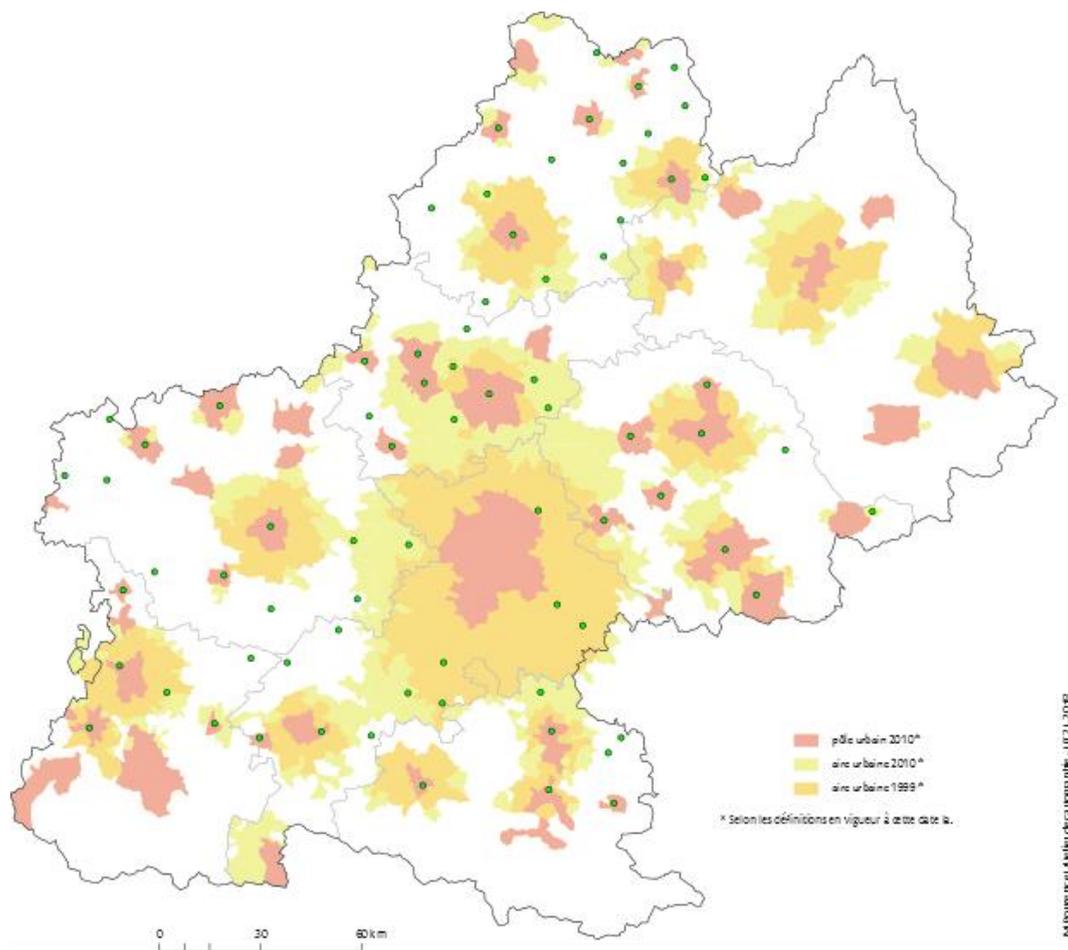
La SARL Biobox, créée en 2007, assure la livraison hebdomadaire dans des points relais, sur commande en ligne, de paniers de fruits et légumes biologiques, régionaux et de saison, accompagnés d'une fiche d'informations et de recettes pour les préparer. Biobox se développe dans l'agglomération toulousaine, passant de 12 points relais en 2007 à 30 en 2015.

<sup>3</sup> Le premier Jardin de Cocagne est créé à Chalezeule dans le Doubs (<http://www.reseaucocagne.asso.fr/origine/>, consulté le 22.12.2018).

## 5. Les rayons « produits de terroir » de Gamm vert et les points de vente alimentaire portés par la coopération agricole

Créée par L'Union Nationale des Coopératives agricoles en 1977, l'enseigne Gamm vert compte environ 1 000 magasins en France ; elle est devenue la principale enseigne pour la distribution d'articles de jardinage. Le *Sens du terroir* est un concept né en 2001 à la coopérative *Fermes de Figeac*. Il s'est agi de proposer au sein des magasins Gamm vert un rayon de produits du terroir qui valorise les savoir-faire des producteurs régionaux. Depuis lors, cette idée a été déployée et déclinée dans la France entière par Gamm vert, tout en s'enrichissant d'autres formes de distribution alimentaire de proximité, notamment avec un rayon de produits surgelés.

Figure 9 : Les rayons « produits de terroir » de Gamm vert en 2015 en Midi-Pyrénées



En Midi-Pyrénées, les rayons « produits de terroir » de Gamm vert se sont développés tout d'abord dans le département du Lot, berceau du concept, avant de s'étendre à l'ensemble des autres départements. Seul le département de l'Aveyron, qui connaît d'autres dynamiques coopératives que celle de Gamm vert, est resté en dehors de la démarche (Fig. 9).

La coopération agricole porte également des points de vente dédiés à l'alimentaire :

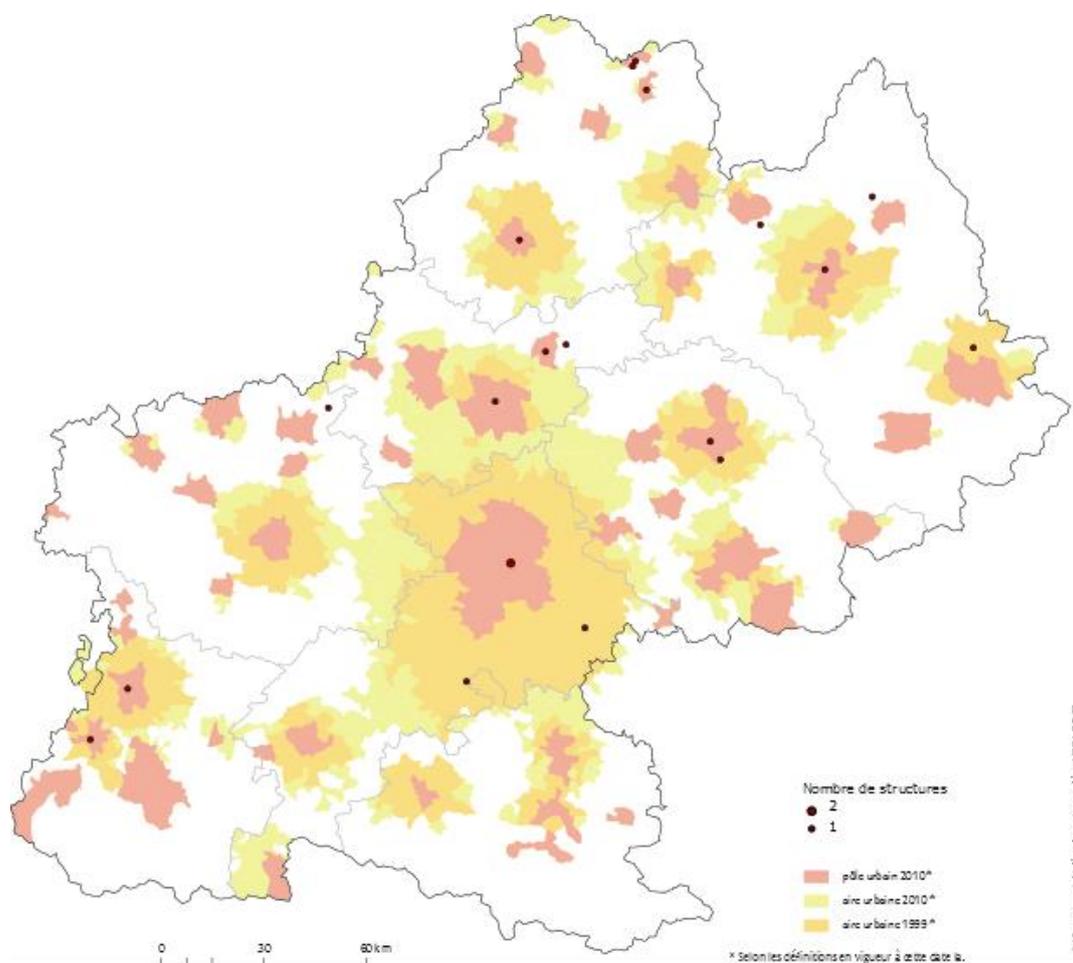
- *Les Halles de l'Aveyron*, réseau de distribution alimentaire créé en 2008 par les membres de la coopérative UNICOR ; la structure a développé 3 points de vente, dont un en région parisienne, 2 restaurants (dont un en région parisienne) et commercialise également ses produits par le biais de « petits marchés » au sein des magasins « Point Vert » et « Point Vert Le Jardin » ;

- *Frais d'Ici*, enseigne alimentaire créée en 2016 par la coopération agricole, s'engageant à ce que plus de 70% des produits proposés dans chaque magasin viennent de sa région d'implantation ; 5 magasins ont été ouverts en Midi-Pyrénées (Auch, Cahors, Foix, L'Isle-Jourdain (Gers) et Portet-sur-Garonne (agglomération toulousaine)).

## 6. Les drives fermiers

Le premier drive fermier français a vu le jour en 2012 en Gironde. La démarche s'est ensuite développée principalement au sein du réseau « Bienvenue à la ferme », qui compte aujourd'hui 120 points de retrait sur l'ensemble du pays. En 2015, Midi-Pyrénées comptait une vingtaine de drives, pour la plupart mis en place avec le soutien de Chambres d'Agriculture ou de CIVAM. Tous les départements sont concernés sauf l'Ariège ; la moitié des implantations se situent dans les agglomérations (Fig. 10).

Figure 10 : Les drives fermiers en 2015 en Midi-Pyrénées

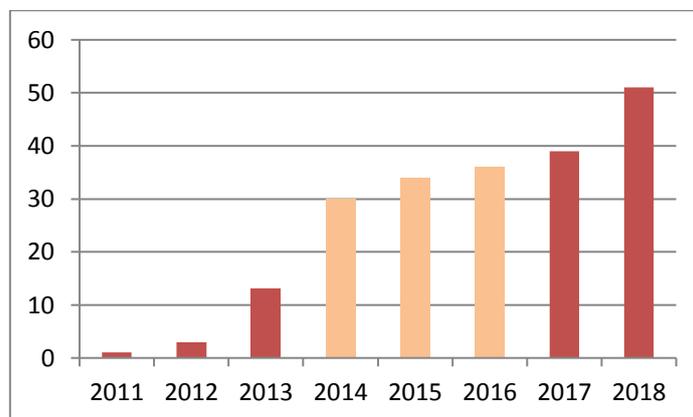


## 7. La Ruche qui dit Oui !

En Midi-Pyrénées, *La Ruche qui dit Oui !* connaît un développement rapide. Le recoupement d'un recensement que nous avons effectué en 2015 avec les données transmises par la Ruche Mama en 2017 et 2018 fait ressortir une première Ruche en 2011 (la première en France, créée

dans un village à 30 km au sud de Toulouse), une douzaine en activité en 2013, une quarantaine en 2017 et une cinquantaine en 2018 (Fig. 11). Pour les années 2014 à 2016, il s'agit d'une estimation car, pour ces années-là, nous connaissons le nombre précis de créations mais pas le nombre de fermetures.

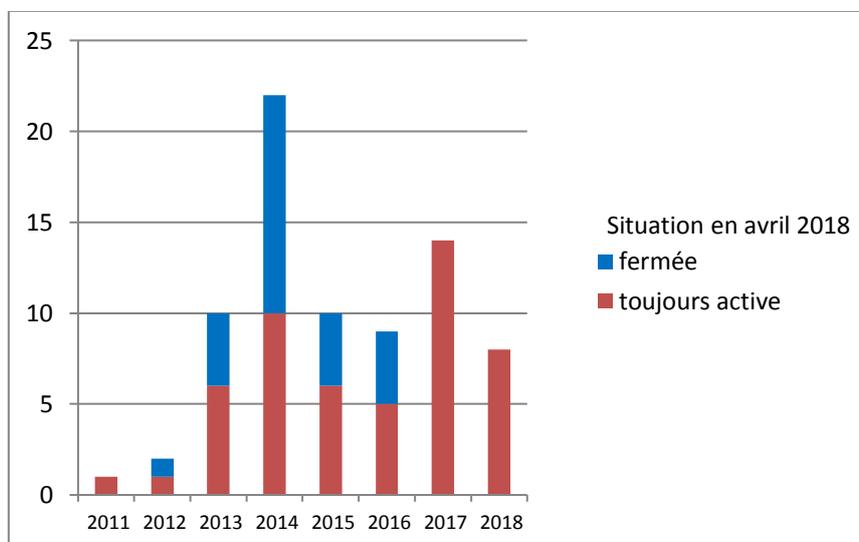
**Figure 11 : Le développement rapide des Ruches en Midi-Pyrénées**



sources : <https://laruchequiditoui.fr/fr> consulté en avril 2015 + données transmises par Equanum SAS (La Ruche Qui dit Oui !) en septembre 2017 et avril 2018.

Or ce nombre de fermetures n'est pas neutre car le développement des Ruches recouvre en fait beaucoup de créations mais aussi beaucoup d'abandons rapides, auxquels il faudrait ajouter des Ruches très faiblement actives (Fig. 12). En 2014 en particulier, on compte 22 créations de Ruches dans la région, dont moins de la moitié sont encore en fonctionnement aujourd'hui. Pour 2017 et 2018, nous ne savons pas encore combien de créations seront pérennes. Apparaît ainsi le caractère volatil de ce développement, qui est peut-être un caractère marquant du e-commerce ou plus largement des formes de commerce les plus récentes.

**Figure 12 : Créations et fermetures de Ruches en Midi-Pyrénées entre 2011 et 2018**

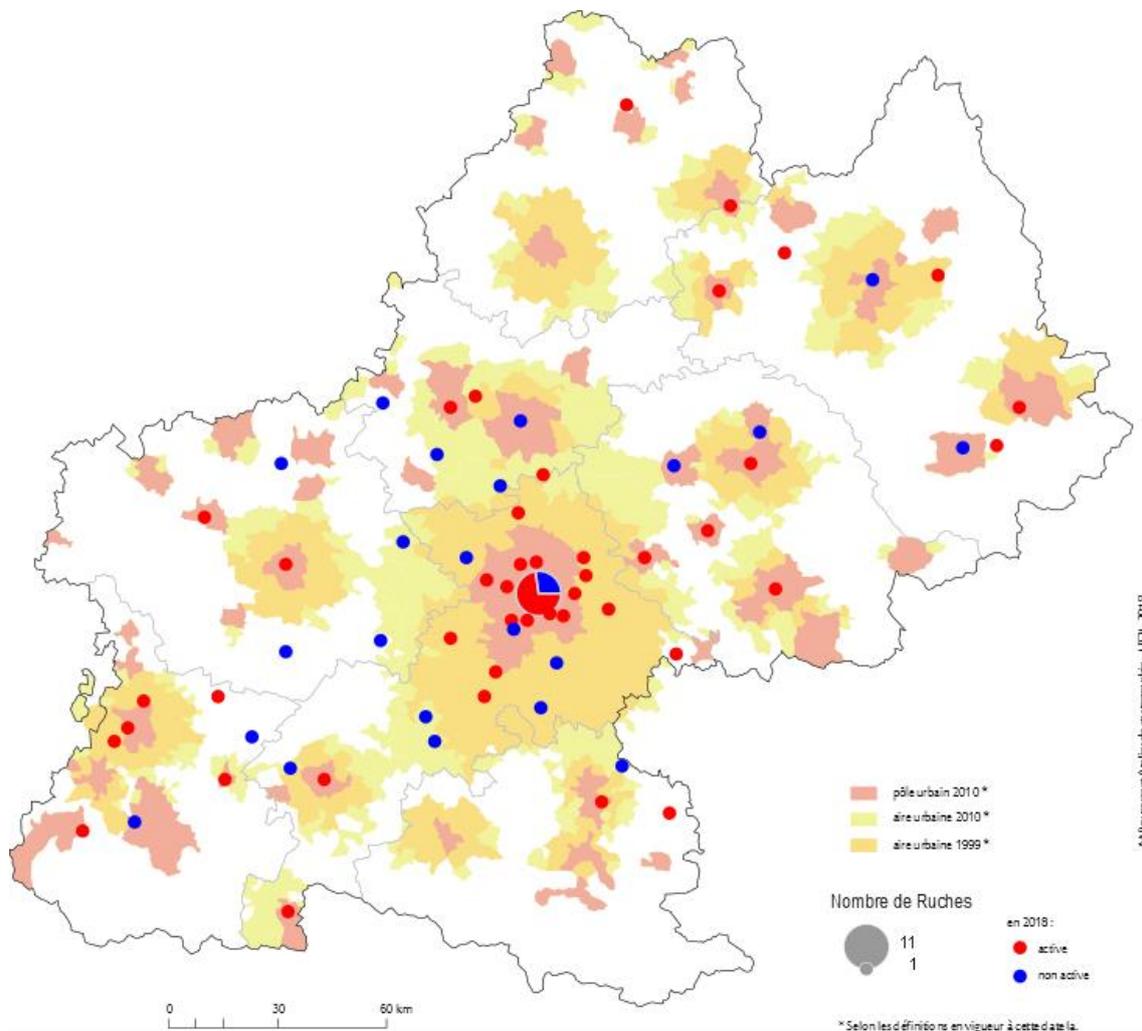


sources : <https://laruchequiditoui.fr/fr> consulté en avril 2015 + données transmises par Equanum SAS (La Ruche Qui dit Oui !) en septembre 2017 et avril 2018.

La localisation des créations et fermetures de Ruches est aussi riche d'enseignements (Fig. 13). Les Ruches se déploient dans tous les départements de la région mais avec des différences fortes d'un département à l'autre : leur succès est très marqué en Haute-Garonne, principalement à Toulouse, alors qu'il est beaucoup plus limité en Ariège et dans le Lot. Il n'y a pas de corrélation évidente entre la localisation d'une Ruche et son année de création, infirmant l'hypothèse d'une diffusion spatiale de l'urbain vers le rural : tous les types d'espaces ont été investis simultanément.

La prise en compte du zonage en aires urbaines de 1999 permet de voir que 40 % des lieux de distribution des Ruches sont des lieux urbains, 40 % sont ruraux et 20 % sont périurbains, du moins dans le périurbain ancien, tel que délimité en 1999. Il est intéressant de noter que la moitié des Ruches qui ont fermé se trouvent en espace rural, outre un quart en couronne périurbaine et un quart en pôle urbain. En d'autres termes, le taux de fermeture est deux fois plus fort en espace rural et périurbain qu'en espace urbain.

**Figure 13 : Ruches actives et Ruches inactives en 2018 en Midi-Pyrénées**



## 8. Les plateformes d'approvisionnement local

Les plateformes d'approvisionnement local sont tout aussi récentes. Elles sont destinées à fournir la restauration collective, la restauration commerciale et des magasins (grande

distribution, boucheries, magasins fermiers...). En Midi-Pyrénées, 5 démarches ont été identifiées en 2018 par l'équipe du programme de recherche CAPPAP :

- *Produit sur son 31*, association créée en 2011 par les Chambre d'Agriculture de la Haute-Garonne et du Tarn, porteuse de la marque éponyme ;
- *Terroirs Ariège Pyrénées*, Société Coopérative d'Intérêt Collectif créée en 2011 avec le soutien du Conseil Général de l'Ariège ; elle se consacre principalement à l'approvisionnement en circuit de proximité de la restauration scolaire du département ;
- *Mangeons HaPy*, Société Coopérative d'Intérêt Collectif créée en 2018 avec le soutien de la chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées elle est prévue pour faciliter un approvisionnement plus local des cantines scolaires du département ;
- *Proxidélice* est une entreprise créée en 2013, basée à Toulouse et spécialisé dans l'approvisionnement en produits bio et locaux ;
- *Agrilocal.fr*, association créée en 2013, porteuse d'une plate-forme de mise en relation internet ; elle se développe avec l'appui de différents Conseils départementaux en France, dont l'Aveyron (*Agrilocal12.fr*) et la Haute-Garonne (*Agrilocal31.fr*), pour ce qui concerne Midi-Pyrénées.

-----

## Références

- ARNAUD DE SARTRE Xavier, DOUENCE Hélène et MERCIER Claire-Emmanuelle (2011), « Choisir et redéfinir le local. L'exemple d'un type de filières courtes : les AMAP en Béarn », dans Jean-Baptiste TRAVERSAC (coord.), *Circuits courts : contribution au développement régional*, Paris, Educagri éditions, p. 100-114.
- CHAFFOTTE Lydie et CHIFFOLEAU Yuna (2007), *Les cahiers de l'observatoire CROC n° 1 - Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions et typologie*, Montpellier, 8 p., [http://pm22100.net/docs/pdf/04\\_CC\\_VD/130128\\_Cahier\\_de\\_1\\_Obs1-INTERNET.pdf](http://pm22100.net/docs/pdf/04_CC_VD/130128_Cahier_de_1_Obs1-INTERNET.pdf)
- DIRECTION REGIONALE DE L'ALIMENTATION, DE L'AGRICULTURE ET DE LA FORET DE MIDI-PYRENEES (2012), *Agreste données Midi-Pyrénées n° 66 - Les circuits courts de commercialisation*, Toulouse, 6 p., <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/R7312A12.pdf>
- MINISTERE DE L'AGRICULTURE (2009), *Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs. Plan d'action pour développer les circuits courts*, Paris, 4 p., [http://savoie.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/07278/\\$File/4p-CircuitsCourts.pdf?OpenElement](http://savoie.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/07278/$File/4p-CircuitsCourts.pdf?OpenElement).
- MINVIELLE Paul, CONSALES Jean-Noël et DALIGAUX Jacques (2011), « Région PACA : le système AMAP, l'émergence d'un SYAL métropolitain », *Économie rurale*, n° 322, p. 50-63.
- OLIVIER-SALVAGNAC Valérie, POUZENC Michaël et PILLEBOUE Jean (2011), « AMAP et Points de Vente Collectifs de Producteurs : questions sur leur essor en Midi-Pyrénées », dans Jean-Baptiste TRAVERSAC (coord.), *Circuits courts : contribution au développement régional*, Paris, Educagri éditions, p. 115-126, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01568900v1>.

- POUZENC Michaël (dir.), BÜHLER Eve Anne, COQUART Dominique, FONTORBES Jean-Pascal, GIROU Stéphane, MONDY Bernard, OLIVIER Valérie, PILLEBOUE Jean, VINCQ Jean-Louis (2008), *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées*, Rapport d'étude Appel d'offres SHS du Conseil régional Midi-Pyrénées, Toulouse, 195 p. + annexes, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01620990v1>.
- RICHARD Frédéric, CHEVALLIER Marius, DELLIER Julien et LAGARDE Vincent (2014) « Circuits courts agroalimentaires de proximité en Limousin : performance économique et processus de gentrification rurale », *Norois*, n° 230, p. 21-39.