



**HAL**  
open science

# Une approche par les rapports de genre des nouvelles formes de consommation et nouveaux liens villes-campagnes, étude de cas en Midi-Pyrénées.

Agnès Terrieux

## ► To cite this version:

Agnès Terrieux. Une approche par les rapports de genre des nouvelles formes de consommation et nouveaux liens villes-campagnes, étude de cas en Midi-Pyrénées.. Genre et agriculture familiale, 2014. hal-02063090

**HAL Id: hal-02063090**

**<https://hal.science/hal-02063090>**

Submitted on 10 Mar 2019

**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.

## **Une approche par les rapports de genre des nouvelles formes de consommation et nouveaux liens villes-campagnes, étude de cas en Midi-Pyrénées.**

### **A gendered approach of contemporary consumption patterns and new rural-urban links, a case study in Midi-Pyrénées (France)**

Agnès Terrieux, maître de conférences en Géographe, UMR Dynamiques Rurales, UTM-ENFA-INP ENSAT, Ecole Nationale de formation Agronomique, 31326 Castanet Tolosan, France

[agnes.terrieux@educagri.fr](mailto:agnes.terrieux@educagri.fr)

**Résumé :** Consommateurs et producteurs tentent de bâtir de nouvelles relations autour de la rencontre lors de l'achat-vente directe des produits alimentaires, de reconstruire des liens sociaux et des liens entre ville et campagne. Nous tentons ici d'éclairer ces pratiques par une lecture genrée, de façon à montrer si et comment ces pratiques de consommation modifient les rôles respectifs des femmes et des hommes.

**Mots-clefs :** circuits courts, genre, développement rural, Midi-Pyrénées

La plupart des pays développés voient l'apparition de nouvelles formes d'approvisionnement en produits alimentaires qui privilégient les circuits courts ou de proximité et qui sont parfois interprétés comme l'émergence de nouvelles formes de consommation. L'équipe de recherche Dynamiques Rurales a pu étudier<sup>1</sup> à deux reprises les formes d'organisation structurant ces tendances, en analysant les formes de la mise en marché puis celles de la production, ce texte s'appuie aussi sur le suivi de travaux d'étudiants<sup>2</sup> sur la structuration de ces circuits courts sous la forme d'AMAP, sur l'évolution des marchés de plein air de la région, et l'intervention des collectivités territoriales et des organisations professionnelles dans le cadre du programme européen POCTEFA<sup>3</sup>.

Nous présentons ici les résultats des enquêtes analysés en utilisant le cadre conceptuel du genre, pensé comme une construction sociale et culturelle du sexe, «la problématique du genre introduit la différence sexuée des individus ; elle peut se définir comme l'appréhension

---

<sup>1</sup> Etudes financées par une réponse à appel d'offres recherche du Conseil régional Midi-Pyrénées : *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées* (2008, étude conduite sous la direction de Michaël Pouzenc) et *Vers une agriculture territorialisée : analyse des formes d'organisation collective et innovante de diversification agricole* (2010, étude conduite sous la direction de Bernard Mondy)

<sup>2</sup> encadrements des mémoires du master 2 ADTM (Université de Toulouse-2-Le Mirail) de Emilie Batioux et du master 2 AgroFood Chain (Université de Toulouse-3-Paul Sabatier) de Florent Maréchal et de Pauline Maruéjols, et co-encadrement avec AM Granié de la thèse de Pauline Maruéjols, école doctorale TESC, Université de Toulouse-2-Le Mirail.

<sup>3</sup> Programme Opérationnel de Coopération Territoriale Espagne-France-Andorre (2007-2013)

des attentes, des besoins, des centres d'intérêt, des compétences et des qualifications des femmes d'une part et des hommes d'autre part» (Louargant et Bensahel, 2007) pour étudier les rôles respectifs et les interactions des femmes et des hommes dans le contexte des échanges de produits alimentaires en circuits courts. Nous nous attacherons à montrer des aux deux bouts de la chaîne de l'échange ce que font femmes et hommes, où sont femmes et hommes, comment ils-elles gèrent le temps et à qui profitent leurs actions.

Pour mémoire, il est bon de rappeler qu'un circuit court de commercialisation, a -selon la définition du Ministère de l'Agriculture- au plus un intermédiaire entre le producteur et le consommateur, les agriculteurs que nous avons enquêtés s'y réfèrent le plus souvent sous le vocable de « vente directe ». par ailleurs un circuit de proximité se définit par la distance (kilométrique) entre producteur et consommateur, le nombre d'intermédiaires important peu.

### **Les motivations des producteurs et des consommateurs engagés dans des circuits courts ou de proximité**

Les agricultrices et les agriculteurs enquêtés déclarent pratiquer ces formes de commercialisation dans le but de stabiliser le revenu des exploitations en accroissant la part de plus-value captée lors de la vente au consommateur, cette stratégie se situe dans le mouvement de diversification de l'activité agricole entamé à partir des années 1980 et qui comprend la transformation, la vente, l'accueil, le tourisme ...

Les enquêtes menées en Midi-Pyrénées et dans l'Aude (Languedoc-Roussillon) montrent que les agriculteurs engagés dans ce mouvement sont plus souvent installés sur des exploitations de petite taille, dans des petites régions agricoles<sup>4</sup> dont les sols sont moins fertiles (Volvestre, Piège) que la petite région la plus productive de référence (Lauragais) ; mais il peut aussi s'agir de stratégies conduites lors de crises des prix dans des exploitations de grande taille et maintenues ensuite au vu de leur rentabilité.

L'histoire récente de l'agriculture de ces territoires a été caractérisée par plusieurs tentatives de diversification dans les élevages de volaille orchestrées dans un premier temps par le développement d'élevages (de dindes) en contrat d'intégration avec une coopérative agricole dominante (la Coopérative Agricole du Lauragais). La baisse brutale des prix des volailles au début des années 80 a entraîné la fragilisation de l'équilibre économique des exploitations, les femmes se sont alors mobilisées pour reprendre en main cette activité en la réorientant : il

---

<sup>4</sup> Les petites régions agricoles ont été délimitées en 1946 en croisant le zonage des qualités agronomiques des sols avec le découpage des départements.

s'est agi de transformer des élevages de dindes en batterie en élevages qualitatifs de palmipèdes gras puis de volailles de chair.

Les femmes ont exploité des connaissances en termes d'élevage des petits animaux, de cuisine, de vente qui ont contribué dans un premier temps à sauvegarder les exploitations, elles argumentent leur mobilisation par un réflexe de sauvegarde, leur activité par la volonté de faire subsister la famille et la ferme<sup>5</sup>. Très vite, leur capacité d'organisation, construite dans des échanges intra et intergénérationnels autour de l'éducation des jeunes enfants et des sociabilités locales, leur a permis de développer ces nouvelles activités, reconnues à part entière, et qui sont aujourd'hui à la base de la réussite économique des exploitations agricoles (leurs produits fournissent la majeure partie du chiffre d'affaires de l'exploitation et ne sont pas soumis aux aléas des primes), des ateliers de transformation, mais aussi des territoires (Granié, Guétat, Terrieux, 2011 et Granié, Fontorbes, 2011).

Nos interlocuteurs déclarent donc, par ordre décroissant des occurrences :

- rechercher la régularité de leur revenus par la vente directe de leurs produits, pour ce faire ils-elles combinent des formes de vente variées (foires et marchés, magasins de producteurs, vente en ligne, AMAP...)
- apprécier construire des réseaux relationnels entre eux mais aussi avec leur clientèle urbaine
- valoriser leur métier en le diversifiant

Les consommateurs pour leur part déclarent prioritairement rechercher des produits « sains ». Lorsque nous interrogeons les éléments constitutifs de cette qualité sanitaire, il ressort que le produit est qualifié de « sain » selon des critères construits en amont de l'achat puis lors de l'achat et de l'utilisation :

- en amont de l'acte d'achat, le « sain » est lié (i) aux conditions de la production, l'agriculture biologique est régulièrement mentionnée, mais aussi (ii) à la proximité du lieu de production, la référence étant alors la « fraîcheur » ou l'interconnaissance avec le producteur, qui se substitue au label (Vincq, Mondy, Fontorbes 2010) .
- lors de l'achat et de la mise en œuvre des produits, l'argumentaire sanitaire est associé à la composition du panier (peu de produits transformés) et à un régime alimentaire dans lequel les fruits et légumes sont consommés en quantité importante.

---

<sup>5</sup> Ce réflexe est réapparu à l'occasion de la récente crise du lait, des agricultrices voisines des premières, mais installées dans des élevages laitiers, ont recouru à la vente directe pour passer le cap de la chute des prix, et poursuivent cette activité en la sophistiquant par la mise au point de gammes de produits transformés.

- les consommateurs évoquent moins souvent que les agriculteurs le lien ville-campagne et le font en le liant au soutien à des formes alternatives d'agriculture dont l'agriculture biologique.

Dans ce cadre essayons de voir ce qu'apporte la lecture par les rapports de genre :

### **La production au crible des rapports de genre**

Les observations ont été conduites sur une longue durée (depuis 1999) dans le cadre de ma thèse puis des études du laboratoire Dynamiques Rurales mentionnées en introduction.

#### **Où sont les femmes ? où sont les hommes ?**

Nous (Granié, Guétat, Terrieux, 2011) avons montré que dans les exploitations agricoles associées dans des ateliers collectifs de transformation de volailles, les femmes avaient été le plus souvent à l'origine de la diversification de l'activité agricole lorsqu'il s'agissait de fermes tenues par des populations locales, ce type de projet étant plus souvent mixte chez les néo-ruraux (Granié, Fontorbes, 2011).

Dans les exploitations et dans l'atelier de transformation ce sont souvent les femmes qui tiennent des responsabilités cruciales liées à ces productions : responsabilités techniques mais aussi administratives ou « politiques » (comme la présidence de la coopérative).

Il apparaît que ces responsabilités reposent sur une professionnalisation, mais aussi une monétarisation, de ce qui était considéré traditionnellement comme des savoirs et savoir-faire féminins : l'élevage des petits animaux, la cuisine, la vente... La réussite économique de l'activité a contribué à consolider l'exploitation agricole et à légitimer la place des femmes comme « agriculteurs ». En effet, nous sommes dans un monde d'entrepreneurs où la réussite économique sert de système d'évaluation de la professionnalité et du « sérieux ». Mais aussi dans un monde professionnel pensé (du dedans comme du dehors) comme majoritairement masculin, où les femmes peinent à s'inscrire. De la même manière, le monde agricole est souvent pensé comme un monde d'héritiers, les néo-ruraux sont donc affectés du même préjugé d'étrangeté que les femmes, et leur activité est soumise au même système d'évaluation.

Aujourd'hui, à la faveur du succès de ces activités, qui ont permis la survie des exploitations, un réel développement local, et une reconsidération des contours du métier d'agriculteur, plusieurs « fils de » ont pu s'installer comme agriculteurs. Ils remplacent leurs mères dans la

conduite des activités de diversification, alors que les pères se tenaient à l'écart de l'activité dont ils étaient -au mieux- les fournisseurs de grain.

Donc, il y a vingt ans, les hommes étaient aux champs ou au silo de la coopérative agricole, les femmes dans les élevages, les CUMA de diversification, sur les marchés... aujourd'hui, avec le succès de l'activité et le changement de génération, femmes et hommes sont dans les élevages, les ateliers de transformation et sur les marchés, mais les femmes sont encore peu présentes dans les parcelles, on peut voir là la survivance de traits de la modernisation agricole qui ont contribué à exclure les femmes de certains types d'activités utilisant massivement les machines.

### **Les usages genrés du temps**

Les hommes ont élargi le domaine de leur activité professionnelle vers la transformation et la vente, ce qui « complète » leur emploi du temps à l'échelle de l'année, la morte saison (pour les travaux agricoles dans les parcelles) est dorénavant consacrée à la transformation et la vente des produits des élevages de volailles grasses.

Pour les femmes, la perception de l'utilisation du temps est différente, elles parlent davantage du temps au quotidien où le planning est élaboré sur le socle des activités ménagères. D'après elles, leur temps est compté et ne leur permet que difficilement de s'engager dans des activités syndicales et politiques, ce qui les rend partiellement invisibles dans la profession agricole.

En effet, leur travail domestique n'est toujours pas reconnu et très peu partagé, ou avec leurs filles et brus<sup>6</sup>. Les entretiens montrent qu'elles ont de grandes difficultés à gérer comme elles le voudraient leurs différents temps : temps du travail sur l'exploitation, temps du travail domestique, des engagements collectifs et des relations sociales. Ces choix contraints contribuent à leur invisibilité dans le monde professionnel et sur la scène politique. A contrario, un homme jeune cumulera emploi agricole, responsabilité dans l'atelier, mandat électoral local et mandat syndical.

Lorsqu'on approfondit les discussions, les femmes affirment vouloir préserver du temps pour la famille, mais la description qu'elles font des usages de ce temps montre qu'il s'agit en fait d'un temps au service de la maisonnée (activités domestiques d'entretien, encadrement du travail des enfants, aide aux aînés...), seules les plus âgées évoquent des loisirs en famille, mais ce sont aussi celles qui ont des filles ou des brus qui « assurent », une seule a recours à

---

<sup>6</sup> Les enquêtes sur l'utilisation du temps pour les activités domestiques en France, montrent que chaque fois que les femmes passent une heure à la préparation des repas, les hommes y consacrent quinze minutes

une femme de ménage (mais elle dit aussi la réprobation des voisins, « à la campagne ça ne se fait pas [d'avoir] une femme de ménage »).

### **Qui tire profit de l'action ?**

Les exploitations agricoles sont consolidées dans leur viabilité économique, dans le cadre d'une exploitation familiale, cela profite à l'ensemble de la famille lorsque les revenus augmentent, on peut envisager des créations d'emploi, la transmission de l'exploitation et cela profite d'abord aux enfants. Les femmes y confortent leur place dans le monde agricole, les projets d'installation en agriculture fondés sur ces formes d'entreprise ne sont plus considérées comme non conformes et même les hommes s'en emparent.

### **La consommation lue par les rapports de genre**

Les observations conduites en Midi-Pyrénées sont issues du suivi de travaux d'étudiants, elles ont été faites sur une moins longue durée (depuis 2009). Nous sommes ici confrontés à des activités domestiques : l'approvisionnement primaire et la transformation alimentaire, et à des relations sociales lorsque l'approvisionnement a lieu dans le cadre de l'organisation des AMAP, il nous a donc semblé intéressant d'interroger les pratiques selon le genre. Les consommateurs et consommatrices ont été rencontrés dans le cadre d'AMAP de la ville de Toulouse, l'une d'elles regroupant exclusivement des étudiants, et sur des marchés de plein vent du centre-ville de Toulouse et de sa banlieue, ainsi que dans deux bourgs ruraux du Tarn-et-Garonne. Il s'agit là de personnes qui achètent à des producteurs assurant la vente directe, certains producteurs sont certifiés en agriculture biologique (label AB ou Nature et Progrès), qui ont répondu à un entretien informel au marché, à un questionnaire sur le lieu de distribution de l'AMAP, pour celles et ceux qui l'ont accepté, ils ont été revus en entretien.

Chercher à se fournir en produits « sains » et, si possible, à un prix avantageux conduit les consommateurs à entrer en contact direct avec les producteurs, mais les activités et les manières de faire diffèrent selon le genre.

### **Femmes et hommes dans les lieux d'échange**

La première conclusion que nous avons tirée des observations est que les modalités de l'achat sont différentes : les hommes sont plus impliqués dans les AMAP. Lorsque le point de livraison est en-dehors du lieu de travail, ils participent plus régulièrement que les femmes à la distribution des paniers. Ils l'expliquent en grande partie par les horaires de livraison, selon eux, en début de soirée lorsque la charge des activités avec les enfants est forte, les mères ne

sont pas disponibles pour ressortir et récupérer le panier. Ils analysent cette activité d'une part dans le cadre du partage des tâches ménagères, tout en ne contestant pas le fait que les soins aux enfants restent l'apanage de leurs compagnes. Mais la présence d'enfants n'écarte pas forcément les femmes de la vie de l'AMAP, ainsi les familles avec enfants participent plus aux activités à la ferme, vues comme une journée à la campagne à la fois éducative et récréative pour les enfants. En revanche on constate que dans les ménages sans enfants, ce sont les hommes qui se mobilisent le plus sur les fermes, ce qui corrobore leur intérêt déclaré pour les techniques de production, au sujet desquelles ils disent avoir des échanges avec les producteurs.

Les femmes disent apprécier la fraîcheur des produits, qui est selon elles un critère important de qualité, de ce fait elles fréquentent régulièrement les magasins de producteurs et les marchés, mais leur choix de ces lieux d'approvisionnement est aussi guidé par le fait qu'on y trouve plus que des fruits et légumes du panier classique de l'AMAP. Toutefois, on constate que, dans les couples parents de jeunes enfants, ce sont les pères qui fréquentent les marchés du week-end, les mères (encore une fois) se chargeant des enfants à la maison.

Même si la recherche d'un lien ville-campagne n'est pas une préoccupation première, femmes et hommes apprécient l'échange social au-delà de l'échange commercial (Zelizer, 2005).

### **La gestion genrée des temps**

Dans le cadre des AMAP, nous avons pu remarquer que les hommes se mobilisent de plus en plus pour l'organisation des associations, dont les bureaux étaient plus féminisés qu'ils ne le sont devenus, les femmes occupent souvent le poste peu enviable de trésorière, quand les hommes apprécient de « discuter technique avec le producteur », faisant ainsi appel à ces deux représentations communes de l'agriculture comme un monde masculin et des hommes comme compétents en technique (quelle qu'elle soit). Leur « autorité naturelle » les conduit aussi à régler les différends entre membres. Les femmes participent à l'intendance des distributions, calcul des parts des membres, vérification de l'équité des transactions, mise en place du lieu de distribution avec l'agriculteur-trice, discussions, ce partage des tâches contribue au fait que, lorsque la situation est tendue, le producteur et les femmes se sentent « au service de » et non des égaux.

Lorsque les femmes disent fréquenter plus que les hommes les magasins et les marchés, c'est aussi parce qu'elles y font des courses alimentaires le plus complètes possibles évitant de multiplier les temps consacrés aux achats. Mais lorsque l'achat est fait, la charge de la mise en

œuvre de ces produits repose sur celui ou celle qui « fait à manger », le plus souvent une femme.

Or, les produits issus de ces circuits sont, plus souvent que ceux qui proviennent de la grande distribution, très peu ou pas du tout transformés, cela a pour conséquence d'accroître le temps de travail pour leur mise en œuvre. Celle qui nourrit la famille y consacre donc beaucoup de temps, et ne reçoit pas toujours en contrepartie de cet investissement un accueil favorable à ses propositions culinaires (Little et al. 2009).

En effet une alimentation « saine » est souvent constituée de beaucoup de produits végétaux, ce qui ne plaît pas toujours aux enfants (certains les acceptent, d'autres pas, d'autres changent d'avis au cours du temps) et les mères ressentent une responsabilité face à ces refus. Elles pensent échouer dans l'éducation lorsque les enfants refusent cette alimentation qui vise à leur bonne santé. Elles peuvent aussi se sentir en échec dans leur couple lorsqu'elles proposent moins de viande (« si cela ne tenait qu'à moi on serait végétariens, mais mon copain n'est pas d'accord (rires) », étudiante, 22 ans, adhérente d'AMAP, 2010).

Au total, le fait d'avoir travaillé plus longtemps pour faire coïncider un système de valeurs et une proposition alimentaire, et de ne pas être reconnue dans ce travail ni gratifiée par l'appréciation du repas suscite un réel malaise, qu'elles supportent en le justifiant par l'engagement pour une meilleure santé ou un contexte idéologique de défense de l'environnement. Cette observation recoupe celle qui a été faite par Lalanne et Lapeyre (2009) au sujet des usages de l'eau dans les couples engagés dans des pratiques écologiques.  
pour l'écologie.

### **À qui profite l'action ?**

Du point de vue de l'équilibre alimentaire ou du coût des produits, les couples s'approvisionnant en circuits courts ou de proximité se disent plutôt satisfaits de leur choix, leurs objectifs sont atteints. Chez les consommateurs, nous voyons aussi qu'il y a une répartition des tâches ménagères liées à l'alimentation qui est fortement genrée : les hommes apportent la ressource, les femmes la transforment. Les choix de celui qui achète ont un impact sur le temps de travail de celle qui transforme, produits longs à mettre en œuvre, parfois mal connus, augmentent le temps de préparation des repas.

**En conclusion** nous constatons donc que, regardée sous l'angle du genre, l'émergence de circuits courts et de proximité conduit à une modification à la baisse de la répartition genrée des tâches chez les producteurs et à son accentuation chez les consommateurs.

Du côté des consommateurs, l'achat de produits de proximité a modifié la répartition genrée des tâches, en impliquant davantage les hommes au stade de la recherche de l'approvisionnement. Toutefois, la part de tâches ménagères des femmes ne s'en trouve pas allégée, si elles font moins les courses c'est pour prendre en charge les enfants dans ces mêmes temps, et le travail de transformation se trouve accru par la nature même du choix de consommer des produits de proximité (produits bruts, peu connus, moins de consommation de contre-saison), et elles reçoivent peu de gratifications de leurs convives.

Du côté de l'agriculture, les activités de transformation et vente directe constituent une part importante, voire essentielle, des revenus de l'exploitation agricole, et contribuent à légitimer la participation des femmes en tant que professionnelles, ceci permet la reconnaissance de leur travail dans le cadre de la famille et dans le milieu agricole. Si la définition réglementaire de l'activité agricole est large<sup>7</sup>, la mise en pratique effective de cette diversité est plus difficile et nous pouvons considérer que les activités des femmes, mais aussi des néo-ruraux, ont pu contribuer à rendre la diversification possible dans les faits. Aujourd'hui les femmes sont donc des agents économiques reconnus et les hommes peuvent s'engager dans des activités innovantes.

Les succès que ces producteurs ont pu rencontrer les confortent dans la poursuite de leur démarche, la plupart travaillent à construire des formes d'agriculture plus durable : en recherchant des pratiques agronomiques plus respectueuses de l'environnement (parmi lesquelles la production en agriculture biologique), en assurant des services environnementaux par l'entretien de l'espace ou la construction paysagère. Les agricultrices, dont les formes de sociabilité<sup>8</sup> les conduisent plus souvent à rencontrer les autres habitants des territoires, manifestent un intérêt prononcé pour l'ancrage territorial des exploitations, elles entendent plus facilement les demandes de modification des pratiques agronomiques, connaissent mieux les besoins des consommateurs et savent y répondre.

---

<sup>7</sup> sont réputées agricoles toutes les activités correspondant à la maîtrise et à l'exploitation d'un cycle biologique de caractère végétal ou animal et constituant une ou plusieurs étapes nécessaires au déroulement de ce cycle, ainsi que les activités exercées par un exploitant agricole qui sont dans le prolongement de l'acte de production ou qui ont pour support l'exploitation. - article L.311-1 du Code rural

<sup>8</sup> les entretiens sont pleins de références à « la grille de l'école » comme lieu de rencontre

## Bibliographie

DUBUISSON-QUELLIER S., « Le consommateur responsable. La construction des capacités d'action des consommateurs par les mouvements militants », *Sciences de la Société*, n°82, 2012, pp.107-125

GRANIE A-M, FONTORBES J-P, 2011, *Cuma, si !*, film recherche de 50 mn., Enfa

GRANIE A. M., GUETAT-BERNARD H., TERRIEUX, A., 2011, « Initiatives féminines en agriculture et dynamiques des territoires ruraux, ou la poule aux œufs d'or », in *Femmes et agriculture*, G.FERREOL (dir), Proximités Sociologie, EME, Bruxelles, 2011, pp 143-154

LALANNE M., LAPEYRE N., « L'engagement écologique au quotidien a-t-il un genre ? », *Etudes féministes*, 2009, 22-1, pp.47-68

LITTLE J., ILBERRY B., WATTS D., 2009, "Gender, Consumption and the Relocalisation of Food : A Research Agenda", *Sociologia Ruralis*, 49-3, pp 201-217

LOUARGANT S., BENSACHEL L., Une approche de la notion de ressources territorialisées par la problématique de genre, PECQUEUR B., GUMUCHIAN H., dir, *La ressource territoriale*, 2006

MONDY et al., 2010 *Vers une agriculture territorialisée : analyse des formes d'organisation collective et innovante de diversification agricole.*

MONDY B., TERRIEUX A, 2011 « Où s'alimentent les circuits courts ? : Le rôle des ateliers collectifs de transformation agroalimentaire », in JB TRAVERSAC *Circuits courts contribution au développement régional*, Dijon, Educagri, coll. Transversales, pp.89-101

POUZENC M. et al., 2008, *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées.*

REMY E., REMY J., « Ce que donnent les hommes qui font les courses ! », in *Que donnent les femmes ? Revue du MAUSS*, 2012/1, n°39, pp. 363-375

TERRIEUX A., MONDY B., « Agriproxi: an attempt at reinventing urban - rural links » 51st Congress of the European Regional Science Association, Barcelona, 30th August - 3rd September 2011

VINCQ J-L., MONDY B., FONTORBES J-P, 2010, « La construction de la qualité fiable dans les réseaux alimentaires de proximité » *Economie rurale*, 318-319, pp 5-19

ZELIZER, V., *La signification sociale de l'argent*, Paris, le Seuil, 2005