



HAL
open science

Vendre en circuit court après le coronavirus : une enquête

Gilles Maréchal, Yentl Deroche-Leydier, Yuna Chiffolleau, Anne Cécile Brit

► **To cite this version:**

Gilles Maréchal, Yentl Deroche-Leydier, Yuna Chiffolleau, Anne Cécile Brit. Vendre en circuit court après le coronavirus : une enquête. *Sesame* : Sciences et sociétés, alimentation, mondes agricoles et environnement, 2022. hal-03838001

HAL Id: hal-03838001

<https://hal.science/hal-03838001v1>

Submitted on 3 Nov 2022

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.

Vendre en circuit court après le coronavirus : une enquête

Par Gilles Maréchal (Terralim), Yentl Deroche-Leydier, Yuna Chiffolleau (INRAE, UMR Innovation), Anne-Cécile Brit (FR CIVAM Bretagne).

Ont aussi contribué à l'enquête : G. Akermann (INRAE), C. Darrot (Institut Agro), D. Guennoc (Terralim), L. Petitzon (CDA France), A. Alonso Ugaglia (Bordeaux Sciences Agro), F. Wallet (INRAE).

Après une forte hausse de la notoriété des circuits courts, et de la demande qui leur était adressée pendant la crise du coronavirus, la presse a rapporté une baisse de ce type de vente en France. Deux ans après le début de la crise sanitaire, où en est-on ? Une équipe mixte, composée de chercheurs et de praticiens, a enquêté.

En mars 2020, au moment du premier confinement, une équipe du RMT Alimentation Locale¹ a lancé un appel à témoignage pour saisir les impacts de la crise sanitaire sur les systèmes alimentaires, de la production à la consommation². Cette étude a mis en avant des évolutions : du côté des consommateurs, une hausse de l'intérêt porté aux circuits courts et, du côté des acteurs de ces circuits, une flexibilité qui a permis de répondre à ces fortes hausses de la demande. Ces résultats ont donné lieu à un ouvrage collectif³ ainsi qu'à un article publié dans la revue Sésame [ici](#). Deux ans après, nous avons souhaité refaire le point sur les ventes en circuit court.

Cette première enquête avait mis en avant la capacité d'adaptation dont les producteurs en circuit court avaient fait preuve pour faire face à une demande qui explosait⁴. Mais un an plus tard, à l'automne 2021, la presse signalait⁵ les difficultés financières de certains points de vente en circuits courts. Elle attribuait la chute de leur chiffre d'affaires à une désaffection des consommateurs, pour qui le retour aux habitudes d'avant-crise se serait conjugué à la baisse du pouvoir d'achat. Ces articles en concluaient que la recherche accrue d'une alimentation soutenable et locale n'avait finalement été qu'une mode passagère, en généralisant à partir de quelques cas. Cette conclusion, peu nuancée, a largement été diffusée auprès des consommateurs ou des collectivités locales.

Les acteurs des circuits courts ont eu vent de ces difficultés : dans leurs réseaux par le bouche-à-oreille, par certains de leurs collègues qui en ont fait l'expérience, ou parce que la presse s'en est fait l'écho. Ils se sont interrogés sur l'ampleur du phénomène de baisse des ventes. Une équipe au sein du RMT s'est mobilisée, et a cherché à confronter les difficultés dont il était question à la réalité du terrain.

Pour ce faire, nous avons une nouvelle fois recueilli les témoignages des personnes directement concernées. Une nouvelle enquête en ligne a été lancée en mars 2022, à travers cinq questionnaires différents afin de croiser les sources : les producteurs (n=322),

les consommateurs (n= 269), les accompagnateurs de circuits courts (conseillers agricoles, animateur de développement agricole et rural, animateur de Projet Alimentaire Territorial...) (n=83), les professionnels de l'alimentation (artisans, transformateurs...) (n=85) et enfin les points de vente en circuits courts (n= 83). Jusqu'à fin avril, plus de 800 réponses ont été recueillies et traitées, couvrant une grande diversité de territoires et illustrant l'ensemble des modes de vente : vente à la ferme, magasins de producteurs, marchés, AMAP, boucheries s'approvisionnant directement auprès de producteurs pour une partie de leur gamme, plateforme de commande en ligne en circuit court... Les réponses ont été ensuite analysées jusqu'en juillet 2022.

L'enquête reflète une réalité plus nuancée que celle diffusée dans la presse au début du printemps 2022. L'analyse croisée des informations recueillies donne en six points principaux la situation des ventes en circuit court pendant la période de l'enquête (mars-avril 2022).

Une tendance plutôt à la hausse

Au printemps 2022, il n'y a pas de baisse généralisée des ventes en circuits courts par rapport à la situation d'avant-crise. Si 4 points de vente sur 10 connaissent une baisse de leurs ventes, 4 sur 10 observent une hausse, tandis que 2 sur 10 ont un chiffre d'affaires équivalent⁶. Le chiffre d'affaires des producteurs en circuits courts est équivalent à celui de 2019 pour plus de la moitié d'entre eux, en hausse pour plus d'un quart, en baisse pour moins d'un quart. La tendance générale est donc plutôt à la hausse pour les producteurs ayant répondu à l'enquête.

Pour les points de vente, les résultats semblent plus nuancés, en partie du fait que de nouveaux lieux sont apparus à la faveur de la crise, d'après les réponses recueillies. Ceci a par contre profité aux producteurs, qui ont pu diversifier leurs lieux de vente, et ajouter le chiffre d'affaires réalisé dans les nouveaux dispositifs au montant initial. C'est en partie pour cette raison que les ventes des producteurs en circuits courts connaissent une tendance générale à la hausse, par rapport à ce qu'elles étaient avant la crise Covid.

Pas de différences entre les produits

L'étude n'a pas permis de lier la baisse des ventes à un certain type de produit, même si les produits frais (fruits et légumes, viandes fraîches notamment) semblent moins touchés. La baisse n'est pas non plus liée à certains modes de vente, même si les marchés et les ventes à la ferme paraissent moins affectés⁷, pas plus qu'à certains types de territoires (urbain ou rural). Nous n'avons pas trouvé de régularité à l'échelle nationale. Notre échantillon, même s'il laisse augurer de tendances spécifiques dans certaines régions, est insuffisant pour les confirmer. Il permet encore moins de distinguer si à l'échelle d'un territoire particulier un secteur est particulièrement touché par la baisse ou la hausse.

Au vu des réponses recueillies, la simple ouverture d'un nouveau magasin de producteurs peut bousculer les pratiques d'achat. Nous en concluons que des conditions locales

(comme la composition de l'offre, l'état de la concurrence ou les disponibilités à l'échelle du territoire) ont un poids déterminant dans la compréhension de ces situations très variées que nous avons recueillies.

De multiples causes d'évolution

Les répondants n'avancent pas de cause unique pour expliquer les évolutions qu'ils constatent. Ils mêlent dans leurs explications l'économie (concurrence locale, baisse du pouvoir d'achat...) et les habitudes alimentaires (changement de lieu d'approvisionnement, reprise de la restauration collective...). L'analyse globale confirme qu'à l'échelle nationale, aucun facteur en particulier ne caractérise les points de vente ou producteurs en difficulté, ni ceux qui se développent. Les causes sont multiples.

Des « vases communicants »

Les consommateurs ayant répondu à l'enquête déclarent, pour la plupart, avoir modifié leurs achats en circuit court au début de la crise. Ceux qui consommaient déjà dans ces circuits avant qu'elle ne survienne ont pu augmenter leurs dépenses et compenser parfois les baisses de consommateurs en nombre. Toutefois, les nouveaux venus, aux profils et aux modes de consommation différents de ceux des « habitués », ne sont pas systématiquement restés dans ces circuits, ce qui explique les baisses vécues par certains enquêtés. De plus, localement, des consommateurs ont pu changer de circuit court, en préférant un plus près de chez eux ou plus pratique par exemple : certains circuits gagnent des clients, d'autres en perdent. Les perdants de ce jeu de « vases communicants » sont peut-être plus prompts à s'exprimer publiquement.

De nouveaux circuits

D'une part, des acteurs des circuits courts témoignent de difficultés, d'autre part, des consommateurs mentionnent des changements de lieu et pratiques de consommation. Cela peut paraître paradoxal, mais il n'y a finalement pas de contradiction entre ces deux situations. Les réponses aux questionnaires révèlent la création de nouveaux circuits courts pendant la crise, ainsi que la communication de plus en plus importante des supermarchés autour des produits présentés comme locaux – mais pas forcément issus d'un circuit court – ce que confirme un rapport récent sur le sujet.

Un point de vente qui captait auparavant une grande part de la demande locale doit alors partager sa clientèle avec un nouvel arrivant ou avec le supermarché d'à côté. Évaluer ce qui se passe au niveau d'un territoire, en particulier pour adapter les politiques publiques, suppose de cumuler l'ensemble des évolutions, en restant attentif aux types de circuits en présence. Pour comprendre ce qui se joue, l'observation micro-économique est utile mais insuffisante. Elle doit être complétée par une analyse mobilisant des indicateurs au niveau territorial, permettant de prendre du recul sur la situation spécifique d'une exploitation ou d'un point de vente et d'identifier d'autres causes.

Des prévisions trop optimistes ?

Les acteurs des points de vente en difficulté ont fréquemment signalé avoir pensé que l'augmentation de la demande, très sensible pendant le premier confinement¹⁰ allait durer. Les enquêtes menées à cette époque montraient que les difficultés à satisfaire tout le monde avaient marqué les esprits. Pour répondre au mieux à la demande qu'ils s'attendaient à voir se maintenir, voire progresser encore, beaucoup ont investi, par des embauches ou des équipements. Les frais de structure ou les dépenses récurrentes ont ainsi augmenté. Une demande stagnante suffit alors à créer un sentiment de menace, voire à mettre certains producteurs en difficulté économique, d'autant que leurs charges récurrentes (énergie) et leurs coûts opérationnels ont augmenté.

Des enseignements importants

Pour résumer, plusieurs enseignements importants peuvent être tirés de cette enquête :

- l'intérêt pour les circuits courts n'est pas remis en question ;
- cela n'empêche pas certains producteurs ou magasins d'avoir des difficultés économiques et d'être déçus que la forte croissance de la demande lors du premier confinement n'ait pas perduré ;
- les conditions locales sont une donnée-clé pour comprendre les évolutions ;
- la crise a suscité de nouvelles concurrences entre les circuits courts et avec des circuits longs valorisant des produits présentés comme locaux ;
- les nouveaux consommateurs arrivés pendant la crise forment un public qui peut être difficile à fidéliser ;
- les décisions relatives au pilotage des activités, en particulier celles concernant l'investissement, ont un impact majeur sur la dynamique des exploitations.

Le RMT Alimentation locale s'appuie sur ces résultats pour aider les acteurs des circuits courts à se renforcer et assurer leur pérennité, à améliorer leurs pratiques par l'échange ou trouver des solutions, dans un contexte qui a encore évolué depuis avec la guerre en Ukraine et la reprise de l'inflation. La démarche est à la fois de faciliter les échanges d'expériences mais aussi le dialogue avec les collectivités, dans le cadre des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) en particulier. Sur la base de cette enquête, une autre est en cours. Elle vise à compléter les analyses par une étude de cas menée sur des points de vente en circuit court au niveau de la métropole toulousaine.

-la-france-contemporaine/

[11] Résultat de l'enquête « Manger au temps du coronavirus » menée au printemps 2020.

1. Réseau Mixte Technologique (RMT) réunissant des acteurs de la recherche, du développement agricole et rural et de la formation, agréé par le Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire depuis 2015 et soutenu par le CASDAR (Compte d'affectation spécial pour le développement agricole et rural) <https://www.rmt-alimentation-locale.org/>

2. Des témoignages ont été recueillis sous la forme de parole libre, puis analysés. En retour, durant la période de confinement, les résultats ont été partagés avec les personnes intéressées par l'enquête.

3. Ouvrage "Manger au temps du coronavirus", www.editions-apogee.com/sciences-sociales/624-manger-au-temps-du-coronavirus.html

4. Chiffolleau Y., Alonso A., Brit A.-C., Demonceaux A., Dehaut A. et al.. Impacts de la crise de la Covid-19 sur les circuits courts de produits animaux : résultats d'enquêtes en début de pandémie. INRAE Productions Animales, INRAE, 2022, 34 (4), pp.261-272. <10.20870/productions-animales.2021.34.4.5390>.

5. Chambre de consommation Grand-Est : <https://cca.asso.fr/circuits-courts-la-desaffection-des-francais/> ; Novethic : <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/agriculture/isr-rse/pourquoi-les-circuits-courts-decrochent-et-ce-n-est-vraiment-pas-une-bonne-nouvelle-150536.html> ; Franceinfo : https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/consommation-les-epiceries-bio-et-vrac-constatent-une-baisse-de-frequentation_4972320.html

6. Dans la mesure où le travail a été réalisé en euro courants, une stagnation stricte est en réalité une légère baisse

7. Nous savons par d'autres sources que des marchés ont renforcé leur offre locale, allant même parfois jusqu'à la privilégier explicitement, et que de nombreux points de vente à la ferme ont permis de contourner les restrictions dans l'espace public

8. Un circuit court est défini officiellement en France comme un mode de vente mobilisant, au plus, un intermédiaire entre producteur et consommateur. Cet intermédiaire peut être un magasin, une boucherie, un supermarché, etc. Un produit en circuit court n'est pas forcément local et à l'inverse, un produit local n'est pas forcément issu d'un circuit court.

9. <https://www.jean-jaures.org/publication/la-societe-de-supermarche-role-et-place-de-la-grande-distribution-dans-la-france-contemporaine/>

10. Résultat de l'enquête « Manger au temps du coronavirus » menée au printemps 2020