



HAL
open science

Circuits alternatifs, logistique alternative ? Analyse des offres de transport dédiées aux circuits alimentaires courts et de proximité

Gwenaëlle Raton

► **To cite this version:**

Gwenaëlle Raton. Circuits alternatifs, logistique alternative ? Analyse des offres de transport dédiées aux circuits alimentaires courts et de proximité. 2024. hal-04627825

HAL Id: hal-04627825

<https://hal.science/hal-04627825>

Preprint submitted on 27 Jun 2024

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.

Circuits alternatifs, logistique alternative ?

Analyse des offres de transport dédiées aux circuits alimentaires courts et de proximité

Gwenaëlle RATON

Université Gustave Eiffel, SPLOTT

gwenaelle.raton@univ-eiffel.fr

0000-0002-9779-2192

Classification JEL : O18 ; Q12 ; Q18 ; R12

Résumé :

Les systèmes productifs qui commercialisent en circuit court alimentaire et de proximité (CCAP) s'inscrivent dans ce qu'on appelle les systèmes alternatifs (Renting, Marsden, Banks, 2003). Leur caractère alternatif se définit en regard d'un modèle conventionnel de production alimentaire considéré comme dominant, dont ils tentent de se détacher. Les « promesses de différences » productives formulées par ces initiatives (Le Velly, 2017) se traduisent en modifications des circuits de distribution, eux-mêmes en mesure de modifier les chaînes logistiques. Pour autant aujourd'hui, peu de travaux viennent étayer cela.

Quels sont les promesses de différences logistiques de ces systèmes productifs ? Ces principes sont-ils l'apanage d'un écosystème d'acteurs des CCAP ? Que disent les offres de transport actuelles de l'alternativité de ces chaînes ?

Pour répondre à ces questions, nous nous appuyons sur des enquêtes exploratoires par entretien auprès de prestataires de services logistiques amenés à réaliser du transport de produits alimentaires commercialisés en CCAP. Nous analysons les discours de grands groupes de transport, puis d'entreprises ayant créé leur activité pour les CCAP. Nous montrons que les finalités des grands groupes enquêtés sont le plus souvent éloignées des enjeux des CCAP, mais qu'ils indiquent une forme d'intérêt pour les circuits de proximité et un champ des possibles. L'offre adaptée quant à elle se construit sur deux objectifs différents : soutien des producteurs et artisans comme moteur de développement des CCAP ; ou offre de massification des flux en entrée de ville comme moteur de développement de systèmes alimentaires locaux. Ces offres modifient diversement les règles d'organisation des flux. En conclusion, nous discutons du caractère alternatif de ces chaînes logistiques, et de l'intérêt de parler de « logistiques alternatives », comme un apport du secteur du transport et de la logistique à la transition, au-delà de la seule question de la décarbonation ou des systèmes alimentaires.

Mots clés : Logistique alternative ; circuit court ; circuit de proximité ; alimentation ; transporteurs.

Alternative food networks, alternative logistics? Analysis of transport services dedicated to short and local food supply chains

Abstract:

The production systems that sell in short and local food supply chains (SFCS) are part of what are known as « *alternative food networks* » (Renting, Marsden, Banks, 2003). They are described as alternative because of their position in relation to the dominant model of food production, from which they are trying to break away. These alternative production systems formulate what Le Velly (2017) calls "*promises of differences*", which relate to production methods but also result in changes to commercial channels, which are themselves likely to modify supply chains. However, there is currently little

research to support this. What are the promises of logistical differences in these production systems? Are these principles the prerogative of an ecosystem of SFCS players? What do current transport and logistics services reveal about the alternative nature of these supply chains? To answer these questions, we rely on exploratory surveys with logistics service providers involved in the transport of food products marketed in SFCS. We analyse the views of national or international transport groups, and then of companies that have set up their business to serve SFCS players. We show that the aims of the national or international groups surveyed are most often far removed from the SFCS issues, but that they indicate a form of interest in local food supply chains and a range of possibilities. The adapted offer, on the other hand, is built around two different objectives: logistics support for farmers and producers as a driving force for development of SFCS, or the massification of flows at city entrances as a driver for the development of local food systems. We show that the companies surveyed modify the rules for organising flows in different ways, and we illustrate cases where rules have been abandoned in the construction of the projects. In conclusion, we discuss the value of talking about "alternative logistics", as a contribution from the transport and logistics sector to the transition, beyond the single issue of decarbonisation or sustainable food systems.

Keywords: Alternative logistics; short food supply chains; local food supply chains; food transportation companies.

74 536 caractères (espaces comprises sans les figures)

Introduction

Circuits courts et circuits de proximité sont souvent associés et parfois confondus. Ils procèdent pourtant de fondements distincts. Les circuits de proximité (CP) s'inscrivent dans un questionnement sur la relocalisation et la souveraineté alimentaire, l'origine géographique des aliments et la mise en œuvre d'une plus grande proximité géographique entre producteurs et consommateurs. Les circuits courts (CC) questionnent plus spécifiquement les organisations qui coordonnent les processus d'intermédiation entre producteurs et acheteurs, et s'inscrivent dans la volonté de réduire le nombre d'intermédiaires commerciaux qui prélèvent des marges le long de la chaîne d'approvisionnement (suppression en vente directe ou réduction à un intermédiaire maximum). Les circuits courts au sens strict (Plan Barnier, 2009) n'ont ainsi pas de restriction spatiale. Ils en ont une lorsqu'ils sont associés aux circuits de proximité, dans le terme de « *circuit alimentaire court et de proximité* » (CCAP).

Les systèmes productifs qui commercialisent en circuit court et/ou de proximité s'inscrivent dans ce qu'on appelle les systèmes alternatifs (Renting, Marsden, Banks, 2003 ; Murdoch et al, 2000). Leur caractère alternatif se définit en regard d'un modèle conventionnel de production alimentaire considéré comme dominant, dont ils tentent de se détacher. Ces systèmes se basent sur des canaux de commercialisation anciens (marchés, vente à la ferme) ou plus récents (vente en panier, e-commerce, groupements de consommateurs ou de producteurs), avec, en accord avec leur définition, une réduction des distances parcourues, et/ou du nombre d'interfaces nécessaires à la vente aux consommateurs. Les promesses de différences productives (Le Velly, 2017) se traduisent ainsi en modifications des circuits de distribution, eux-mêmes en mesure de modifier les chaînes logistiques.

Pour autant aujourd'hui, peu de travaux viennent étayer cela. Les secteurs productifs et commerciaux des CCAP ont attiré l'attention et la logistique émerge comme un sujet de niche dans la littérature (Raton et al., 2020). Souvent énoncé comme un élément bloquant l'essor des CCAP dans les territoires (Noireaux, Ralet, 2019), son intérêt stratégique reste pourtant minimisé par une partie des acteurs productifs (Raimbert et al, 2019) et la production de connaissances reste partielle : les travaux permettent d'ébaucher certaines caractéristiques phares de la logistique des CCAP lorsqu'elle est internalisée, mais on observe de fortes variations selon les territoires et une diversité de pratiques, peu quantifiées ; les travaux mêlent circuit court et de proximité, qui ont pourtant des fondements distincts et possiblement des chaînes logistiques différentes ; le poids des coûts et temps passés à la livraison

ouvrent des réflexions nouvelles sur le « Make or buy » en mesure de modifier les organisations logistiques des producteurs des CCAP (Blanquart et al, 2015).

L'intérêt récent pour la délégation du transport et l'essor d'offres dédiées se présente comme un moment clé pour questionner les fondements de ces circuits du point de vue logistique et la duplication potentielle du caractère alternatif des systèmes productifs aux chaînes logistiques. Quels sont les promesses de différences logistiques de ces systèmes productifs ? Ces principes sont-ils l'apanage d'un écosystème d'acteurs des CCAP ? Que disent les offres de transport actuelles de l'alternativité de ces chaînes ?

Pour répondre à ces questions, nous nous appuyons sur des enquêtes auprès de prestataires de services logistiques aux profils variés, amenés à réaliser du transport de produits alimentaires commercialisés en circuit court et/ou de proximité. Des enquêtes par entretiens permettent d'explorer les discours produits sur les finalités de leur action, le transport de marchandises en CCAP et ses spécificités, et l'intérêt d'investir la clientèle des CCAP. Appréhender des initiatives par leur projet constitue ici un moyen d'identifier les raisons de l'alternativité, liées à la façon dont les acteurs qualifient le modèle conventionnel et de cibler l'action à évaluer (Le Velly, 2016).

La première partie s'appuie sur la littérature pour montrer en quoi ces chaînes logistiques se posent structurellement en rupture du modèle conventionnel et discuter de l'intérêt d'une grille de lecture par leur alternativité. La deuxième partie présente la méthode d'enquête auprès des professionnels transportant des marchandises issues des CC et/ou CP. La troisième partie analyse les discours des grands groupes de transport, puis des entreprises ayant créé leur activité pour les CCAP. Elle montre comment l'offre adaptée modifie les règles d'organisation des flux. En conclusion, nous discutons de l'intérêt de parler de « logistiques alternatives », comme un apport du secteur du transport et de la logistique à la transition, au-delà de la seule question de la décarbonation ou des systèmes alimentaires.

I Etat de l'art : des systèmes productifs alternatifs aux logistiques alternatives

Les systèmes productifs alternatifs ont été l'objet de nombreux travaux de recherche en amont et en aval des chaînes (Michel-Villarreal *et al.*, 2019), mais peu d'entre eux s'attachent à qualifier leurs chaînes logistiques, si bien qu'on puisse mettre en doute que le caractère alternatif des systèmes productifs soit duplicable à ses chaînes logistiques. La revue de la littérature permet dans un premier de questionner l'intérêt d'une approche par l'alternativité. Nous analysons dans un second temps les définitions de ces circuits, ses objectifs et finalités pour questionner ce qui structurellement peut les différencier des chaînes logistiques classiques. Cette analyse théorique se couple dans un troisième temps d'une revue de la littérature permettant d'identifier les caractéristiques récurrentes attribuées aux pratiques logistiques de ces chaînes (distances, volumes, organisation du transport). Enfin, la revue de la littérature se clôt par l'analyse des solutions préconisées dans les agendas de recherche, qui illustrent de divergences potentielles sur les référentiels à mobiliser pour dessiner les futures logistiques de proximités.

1. De l'intérêt de l'analyse des systèmes alimentaires par l'alternativité

Dans un contexte de réflexion sur la durabilité des systèmes alimentaires, de nombreuses initiatives ont vu le jour. Elles visent à rapprocher consommateurs et producteurs, en limitant le nombre d'intermédiaires commerciaux (CC) ou les distances (CP). Selon l'Agreste, un producteur français sur quatre commercialise au moins une partie de sa production via les CC (Agreste, 2020). Ces initiatives s'inscrivent dans ce qui est appelé des circuits ou systèmes alimentaires alternatifs. Ceux-ci désignent un ensemble de réseaux émergents de producteurs, de consommateurs et d'autres acteurs s'engageant dans des alternatives au modèle conventionnel d'approvisionnement alimentaire (Renting H., Marsden T. K., Banks J., 2003). Les « *alternative food networks* » sont l'objet d'une littérature abondante (Goodman et al., 2012 ; Deverre et Lamine, 2010) et constituent un large champ

de recherche incluant tant l'analyse de l'agriculture biologique, du commerce équitable, que des CC ou CP.

Pour aborder ces initiatives, l'approche par l'alternativité a été abondamment discutée (Holloway *et al.*, 2007 ; Maye, Holloway, Kneafsey, 2007 ; Le Velly, Dubuisson-Quellier, 2008). La comparaison supposée avec les systèmes conventionnels pose des questions de délimitation de chacun des systèmes, qui ne fonctionnent souvent pas de manière autonomes (Le Velly, 2016). Ainsi dans les CCAP, les agriculteurs partagent souvent leurs débouchés entre circuits longs et courts, de même qu'une grande partie des consommateurs de ces circuits qui fréquentent également les supermarchés. De plus, se pose le problème de l'évaluation des actions, celles-ci étant diverses et situées, et motivées par une grande diversité d'aspirations. Pour Le Velly (2016) c'est le projet collectif émergent et l'analyse critique préalable du modèle conventionnel qui en fait des alternatives. Il s'attache à leur « *promesse de différence* » et aux « *raisons et finalités qu'un collectif se donne pour justifier son existence et pour orienter son action* ». Dans ce cadre, l'intérêt de l'usage du terme « alternatif » consiste en l'analyse des différences attendues entre le cadre conventionnel et ce que propose l'alternative : « *C'est par exemple en fonction des différences attendues entre l'agriculture biologique et l'agriculture conventionnelle, que va être évaluée la tendance à la conventionnalisation de l'agriculture biologique* » (Le Velly 2016) ; « *il devient possible de saisir ce que les circuits ainsi établis sont capables de réaliser ou non* » (Le Velly, 2018).

Les travaux sur les CCAP mentionnent des promesses de différences et des bénéfices attendus souvent pluriels, pluri-acteurs (producteurs, consommateurs) et pluridimensionnels (économique, environnemental, socio-territorial), en évaluent les actions et les bénéfices, et dans certains cas les nuancent (Chaffotte, Chiffolleau, 2007 ; Denéchère, Durand, Maréchal, 2008 ; Aubry, Chiffolleau, 2009 ; Chiffolleau, Dourian, 2020).

Les circuits courts, qui sont l'objet d'une définition officielle en France¹, ciblent uniquement la réduction du nombre d'intermédiaire, et remettent particulièrement en question le modèle de la grande distribution et de l'agro-industrie par les rapports de force induits avec le monde agricole. Pour les CC, les promesses de différence concernent particulièrement la rémunération des producteurs, la valorisation de la proximité relationnelle entre producteurs et consommateurs et ce qu'elle peut engendrer comme bénéfices (renouvellement des liens sociaux agriculteurs-urbains, transparence sur le processus productif, accès à une alimentation saine et de qualité etc.). Ces circuits ne répondent pas nécessairement à la demande de proximité géographique puisque seule la limitation du nombre d'intermédiaires commerciaux figure dans la définition française.

Les circuits de proximité répondent eux à la demande de proximité géographique entre producteurs et consommateurs et ce qu'elle peut engendrer comme bénéfices. Les promesses de bénéfices associées portent particulièrement sur la relocalisation, la souveraineté alimentaire via la valorisation de l'origine géographique des aliments. Ces circuits sont caractérisés par la seule distance entre producteurs et consommateurs, sans que celle-ci ne soit l'objet d'une définition précise en km ou distance-temps.

Enfin, le terme de circuit court alimentaire de proximité (CCAP) associe la notion de circuit court et de circuit de proximité, sans toutefois chiffrer le nombre d'intermédiaires. Il s'est développé dans le cadre du Règlement de Développement Rural 2014-2020 de l'Union Européenne et est défini comme : « *un circuit d'approvisionnement impliquant un nombre limité d'opérateurs économiques, engagés dans la coopération, le développement économique local et des relations géographiques et sociales étroites entre les producteurs, les transformateurs et les consommateurs* » (Commission européenne, 2011, révisé par le Conseil et le Parlement européen, 2013). Ces circuits formulent des promesses de

¹ Les circuits courts sont définis comme des circuits de commercialisation, soit en vente directe du producteur au consommateur, soit en vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire (plan Barnier, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 2009).

différences de nature surtout territoriales, via la valorisation de la coopération entre acteurs et la réduction des distances parcourues.

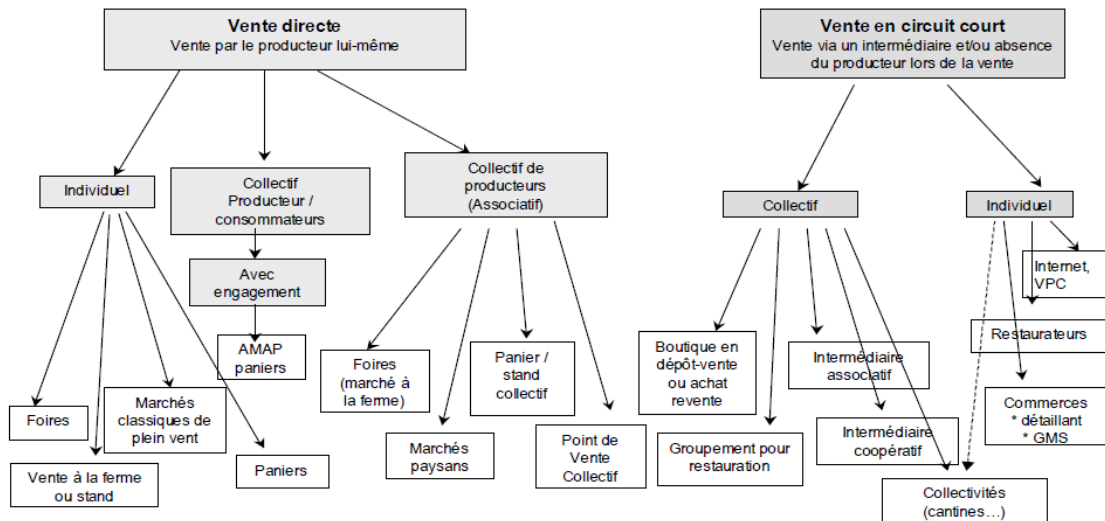
Les travaux qui traitent des systèmes productifs alternatifs abordent peu la question logistique (Raton *et al.* 2020) et de fait citent le caractère alternatif de la production, commercialisation, ou de la consommation (Le Velly, 2016), sans décliner explicitement la dimension alternative aux opérations logistiques et de transport. Si on se réfère à la littérature, la logistique, définie comme « *l'ensemble des opérations nécessaires au transfert de flux depuis le lieu de conception/préparation/production jusqu'au lieu de consommation* » (Damien, 2010) n'est ni qualifiée de conventionnelle, ni dite alternative. Pourtant, l'usage du terme « circuit » et les définitions des CP et CC ont des implications qui ne sont pas seulement productives et commerciales. Elles induisent des modifications qui sont logistiques, parfois passées inaperçues. La partie suivante analyse les objectifs et finalités de ces circuits pour questionner ce qui, structurellement, peut les différencier des chaînes logistiques classiques.

2. L'alternativité des chaînes logistiques : cadre d'analyse pour les CCAP

2.1 La réduction du nombre d'intermédiaire transforme les chaînes logistiques

Au sein des CC, la réduction du nombre d'intermédiaires commerciaux transforme les chaînes d'approvisionnement d'au moins deux manières (Raton, 2023). La première est la transparence de la chaîne d'approvisionnement. La limitation du nombre d'intermédiaire demande en effet une forme de transparence et au-delà, nécessite de disposer de connaissances suffisantes de la chaîne en son entier, pour la garantir. Dans le cas de la vente directe, la plus développée dans les CC (Agreste, 2020), le producteur et le consommateur sont en contact direct sans intermédiaire (Figure 1). La circulation des informations repose uniquement sur la disponibilité et le souhait qu'ils ont d'échanger sur ce sujet. Dans le cas de la vente à un intermédiaire, il est essentiel de connaître le ou les étapes suivant la production et les modalités de transfert de propriété des marchandises. Par exemple, un producteur qui vend ses produits à un intermédiaire, doit connaître le destinataire suivant : s'il s'agit d'un consommateur, comme dans le cas des pratiques des commerces de bouche ou de commerçants-détaillants, le circuit est effectivement court. S'il ne s'agit pas d'un consommateur, le circuit se définit comme long. Dans certains cas, un produit commercialisé dans un même débouché, par exemple la GMS, peut être vendu en circuit court (contact magasin et livraison en propre), comme en circuit long (passage par la centrale d'achat). Le débouché seul ne permet donc pas d'identifier la réduction du nombre d'intermédiaire. C'est vrai aussi pour la restauration collective, qui nécessite un approvisionnement en direct producteur pour relever du circuit court. Le cas des produits transformés s'avère plus complexe : il est nécessaire de connaître si le recours à un acteur de la transformation a relevé de l'achat-revente ou du service (travail à façon). La commercialisation en CC rend ainsi nécessaire la maîtrise de la chaîne d'approvisionnement en son entier et l'identification des transferts de propriété réalisés par d'autres opérateurs que soi, ce qui génère des discussions et des flux d'informations dédiés.

Figure 1 : Diversité des circuits courts de commercialisation - Source : Chaffote, Chiffolleau, 2007



Comparativement, dans les circuits longs, si la demande de transparence est également en essor, elle concerne le suivi de la marchandise lors de la livraison et éventuellement des conditions de transport pour les produits périssables, mais ne s'applique jamais à la connaissance des transferts de propriété. En ce sens, les chaînes logistiques des CC relèvent de principes distincts, en mesure d'impacter les flux d'informations et la coordination entre acteurs.

La deuxième caractéristique notable est la réduction de la longueur de la chaîne d'approvisionnement. Ces circuits ont pour fondement le souhait de limiter la multiplication des intermédiaires ayant un effet sur la marge du producteur. Le nombre d'intermédiaire commercial étant contraint, c'est donc le nombre d'acteurs intervenant dans la chaîne qui est réduit, potentiellement le nombre de ruptures de charge, mais possiblement aussi leur type. En effet, la limitation à un intermédiaire maximum, dans la définition française, signifie que l'intermédiaire est la seule interface entre le producteur et le consommateur, ce qui exclut de fait les commerçants de gros qui doivent passer par un autre intermédiaire de détail avant la commercialisation au consommateur. Mise à part ce cas particulier, l'intermédiaire peut prendre plusieurs formes (Figure 1) : restauration commerciale ou collective, commerçants-détaillants, e-commerce, GMS, coopérative. Les intermédiaires faisant du gros peuvent aussi s'inscrire dans ces circuits, mais c'est leur fonction de détail qui y est valorisée. La question de l'intégration d'intermédiaires d'autre types est moins claire dans la définition. Néanmoins, au regard de la promesse de différence de ces circuits, on peut aisément conclure que ce n'est pas tant l'apport de services qui est ciblé, que le transfert de propriété de la marchandise qui peut généraliser les prélèvements de marges lors des achats-reventes. Ainsi, dans ce cadre, sont considérés comme apportant un service commercial non intermédié et sans achat revente : les prestataires de service logistique, les entreprises de transformation dans le cadre d'un service à façon, les abattoirs etc. Le recours à ces acteurs peut participer à augmenter la taille de la chaîne, en termes de points de rupture de charge, paiement de commissions ou de services, mais pas en termes d'intermédiaire commercial. Un statut particulier peut être adressé aux organisateurs de circuit court : les travaux d'Open Food France (RMT AL. 2024) précisent par exemple le cadre réglementaire et juridique des organisateurs de circuit court, en indiquant le cadre qui permet aux associations de consommateurs, sites de e-commerce des CCAP, d'organiser la transaction des marchandises sans toutefois en être propriétaire et donc responsable.

La réduction de la longueur de la chaîne a ainsi des implications concrètes en termes de modalité de transfert de flux à chaque nœud de la chaîne. Ceci implique, dans le cas de la vente directe, qu'une partie au moins des tâches logistiques soient faites par le producteur : abattage du bétail ou transformation des produits bruts, prise et préparation de commande, stockage, conditionnement, livraison. Ce qui caractérise la logistique des CC, c'est ainsi le grand nombre de tâches logistiques à

effectuer sur la ferme par le producteur lui-même, en plus du cœur de son métier (Raimbert *et al.* 2019 ; Gonçalves, 2013). Dans le cas où il souhaiterait déléguer la commercialisation et l'une de ces tâches, par exemple la transformation, l'abattage ou la livraison, alors c'est sous forme d'une prestation de service, sans transfert de propriété du produit, faute de quoi le circuit devient long. Cette dimension des CC a possiblement un grand nombre d'incidences : il peut inciter à réaliser en interne et en propre un ensemble de tâches sur lesquels le producteur n'a pas encore d'expertise ; il induit un arbitrage entre le recours à l'achat-revente ou au service ; il induit, en cas de choix de prestation de service, un suivi du prestataire et du produit davantage chronophage qu'un acte de vente qui stoppe la plupart des responsabilités sur la marchandise. La réduction du nombre d'intermédiaires commerciaux a donc une conséquence directe : elle permet la maîtrise du produit, de sa valeur et de la chaîne d'approvisionnement, mais elle fait porter sur le producteur un ensemble de tâches chronophages et coûteuses (Raton *et al.*, 2015).

Cette caractéristique se distingue également de la logistique conventionnelle. Les CC, par définition, font peu ou pas appel aux commerçants et la vente directe peut éviter le recours aux acteurs traditionnels des chaînes logistiques (grossistes, prestataire de service logistique). Cela en fait des circuits loin des normes standards, ne mobilisant pas ou peu les acteurs de la massification.

2.2 La réduction des distances transforme les chaînes logistiques

Au sein des CP, c'est la notion de distance entre producteurs et consommateurs qui est questionnée, autrement dit celles des *food miles*. En France, cette distance n'est pas précisée en km ou distance-temps et caractérise une dimension locale, laissée à l'appréciation, mais témoignant de liens existants ou à renforcer entre producteurs et consommateurs (Praly *et al.*, 2014). En ce sens, les CP répondent ainsi à une promesse d'une différence notable comparativement à la logistique conventionnelle, celle de réduire les distances parcourues par les aliments, qui croissent depuis les années 1970 (Li *et al.*, 2022), via le renforcement des liens producteurs / consommateurs. Or, la littérature marque volontiers l'apport de la logistique conventionnelle comme vecteur de mondialisation (Masson, Petiot, 2013). De plus, la critique récente des externalités négatives du transport de marchandises globalisé s'axe sur la décarbonation, alors qu'elle s'exprime plutôt sur la régulation des distances, ainsi que la valorisation des productions locales dans les CP.

Décortiquer ce qui peut structurellement modifier les chaînes logistiques à partir des seules définitions des CP et CC illustre de différenciations potentielles. D'un point de vue logistique, les CCAP, se présentent en rupture avec certains principes fondateurs de la logistique et de son évolution récente, soit rendre opérationnelle, dans la théorie comme la pratique, la fonction logistique comme vecteur de proximités, relationnelles ou géographiques. La section suivante effectue une revue de la littérature afin d'identifier comment ces promesses de différences s'opérationnalisent.

3. Revue des caractéristiques récurrentes attribuées aux transferts de flux dans les CCAP

La réponse des CCAP à l'accroissement des externalités négatives du système alimentaire globalisé se portent sur les proximités relationnelles et géographiques. Cela a été l'objet d'un certain nombre de travaux, qui illustrent selon les territoires d'enquête, d'une grande diversité de pratiques, d'aspirations, et de bénéfices effectifs des points de vue économiques, environnementaux, sociaux et territoriaux. La revue de la littérature permet d'identifier des caractéristiques récurrentes permettant de qualifier ces chaînes logistiques : distances, volumes, mode d'organisation du transport, acteurs des chaînes, coordination d'acteurs.

CP et CC adressent la question de la distance entre producteurs et consommateurs différemment mais s'inscrivent dans une approche commune de relocalisation tendant à la réduction des distances. Les travaux montrent que ces distances sont effectivement réduites par rapport aux chaînes longues, mais dans des proportions très variables (Vaillant *et al.*, 2019). Ainsi, Boutry et Ferru (2016) illustrent de distances moyennes parcourues de 70 km dans les CC « avec un écart type égal à 109 autour de cette moyenne » en Nord-Pas-de-Calais et Poitou-Charentes (Boutry, Ferru, 2016 : 78-79), les distances pouvant atteindre 500 km. En vallée de Seine, Raton *et al.*, (2019) montrent que les tournées sont deux

fois plus distantes que les traces directes, atteignant en moyenne 153 km, avec un écart-type élevé de 142 km. Les tournées étudiées restent néanmoins « locales » car le point de livraison le plus éloigné est distant en moyenne de 77 Km de la ferme. Seuls 25 % des trajets font plus de 120 km en trace directe et plus de 211 km en tournée. Les travaux intégrant les trajets des consommateurs sont peu nombreux mais illustrent de leurs poids potentiels, pouvant représenter jusqu'à 90% des émissions de GES des ventes directes à la ferme (Rizet et al., 2008).

Comme pour les distances, la très grande variété de pratiques rend difficile la production de connaissances sur les volumes distribués. Néanmoins, les travaux sur les *food miles* et la comparaison des bilans environnementaux CC ou CP / circuits longs ont produits une série de descriptions récurrentes de modalités de transport des CCAP : l'usage de petits véhicules, essentiellement routiers, majoritairement des VUL, parfois des véhicules particuliers (Ademe, 2012 ; Ademe 2017 ; Raimbert *et al.*, 2019 ; Paloviita, 2010) ; de faibles taux de remplissages et des trajets fréquents (Kulak *et al.*, 2015 ; Malak-Rawlikowska *et al.*, 2019 ; Raton *et al.*, 2019) ; des tâches logistiques et de transport réalisées majoritairement par les producteurs de manière individuelle et interne à l'exploitation (Blanquart *et al.*, 2015). Ces travaux ont participé à montrer que la faible distance entre producteurs et consommateurs ne conduit pas systématiquement à une baisse des émissions du transport (Mariola, 2008 ; Edwards- Jones *et al.*, 2008 ; Rizet *et al.* 2008 ; Mundler, Rumpus, 2012) et que l'enjeu des volumes était crucial. Dès lors, les travaux de recherche qui ont mis en lumière la logistique l'ont plutôt identifié comme un point faible dans l'efficacité de ces circuits : *"Logistics is one of the main weak points for the development and the effectiveness of SFSC, therefore its improvement represents a challenge that can actively contribute to transforming SFSC into a concrete and sustainable alternative to the globalised food system"* (Paciarotti, Torregiani, 2021). Ces débats ont orienté les travaux sur la question de l'optimisation des flux et sur les organisations du travail à l'échelle des exploitations agricoles. Ils illustrent de chaînes se caractérisant par le poids des coûts logistiques sur le premier maillon de la chaîne (Raton *et al.*, 2015), la faible intégration de ces coûts aux prix de vente et l'importance des temps passés à la logistique (en moyenne 8 h par semaine pour la livraison, Raton *et al.*, 2019), mais également de formes de mutualisation des ressources et de coopérations horizontales innovantes (Vaillant *et al.*, 2019 ; Raimbert, Raton, 2021). Les solutions collectives se présentent ainsi dans la littérature comme pouvant répondre aux fortes contraintes logistiques pesant sur les exploitations ainsi qu'aux enjeux environnementaux.

Enfin, la littérature illustre de l'implication croissante des collectivités dans ces circuits (Loudiyi Houdart, 2019 ; Naves, 2016). Les liens entre les acteurs des CCAP et les collectivités territoriales s'inscrivent dans le cadre de l'approvisionnement de la restauration collective (Loi Egalim) et des PAT (Plan Alimentaire Territorial). Les collectivités mettent en œuvre de multiples initiatives pour favoriser une alimentation durable, via notamment les marchés publics, la création de groupements des producteurs (Raimbert, Raton, 2023), de plateformes physiques de massification, de légumeries etc. Dans ce cas, les volumes à distribuer peuvent être plus conséquents et les organisations logistiques plus complexes (Raimbert et al. 2019).

4. Une logistique spécifique mais des solutions aux référentiels conventionnels

La littérature indique donc des tendances aux faibles volumes, distances et économies d'échelle et des systèmes coopératifs émergents. Les travaux du RMT Alimentation Locale (Raton et al. 2020) montrent, à partir des discours d'un panel de spécialistes français de la logistique des CCAP, une reconnaissance de spécificités propres à la logistique des CCAP, désignée comme plus complexe (fragmentation des flux, logistique plus coûteuse réalisée par des non professionnels pour laquelle la massification est un levier plus malaisé à activer). Si certaines caractéristiques logistiques se présentent comme spécifiques, ou distinctes du modèle conventionnel, on peine à les qualifier d'alternatives tant le discours sur la chaîne logistique et donc la formulation de promesses de différences logistiques est rare. Face à ce qui s'apparente à un problème logistique propres à ces circuits (Cassiere *et al.*, 2021), c'est dans les solutions discutées dans les articles ou agendas de

recherche qu'on retrouve des références aux dimensions conventionnelles ou alternatives de la logistique.

Pour Paciarotti et Torregiani (2021), les modèles émergents cherchent un équilibre entre les valeurs des systèmes productifs des CCAP (transparence, enjeux sociaux et environnementaux etc.) et l'efficacité, la normalisation, propres à la logistique conventionnelle ("*The typical factors of large supply chains*"). La question de la performance apparaît ainsi comme centrale. La prescription du recours aux fondamentaux de la logistique s'inscrit le plus souvent dans des formes d'hybridité : par exemple de nouveaux modèles de distribution adaptés aux territoires ou des *food hubs* présentés comme pouvant fédérer les intérêts des circuits alternatifs comme conventionnels. Pour Manikas, Malindretos, Moschuris (2019), les *food hubs* sont des facilitateurs de la mise en relation offre/demande. Pour Paciarotti et Torregiani (2021), les *hubs alimentaires hybrides* ont la capacité de restructurer les chaînes d'approvisionnement. Ces travaux n'insistent ainsi pas tant sur les infrastructures, services et outils de la logistique conventionnelle, que sur le besoin de centralités innovantes, qui permettent des performances accrues des CCAP. Ainsi les *food hubs* décrits par Horst *et al.* (2011) proposent des services logistiques à géométries variables, et c'est la fonction de concentration et de visibilité commerciale qui semble essentielle, renvoyant aux fonctions classiques d'une place de marché physique. Lorsque la mobilisation de référentiels de la logistique est décrite plus spécifiquement, sa mobilisation varie. Dans certains cas, les solutions logistiques reposent uniquement sur des compétences, outils ou infrastructures de logistique conventionnelle (entrepôt, expertise de logisticien, système d'information), la dimension alternative ne recouvrant finalement que la gouvernance des chaînes (Diamond, Barham, 2011). Dans d'autres, c'est le recours, en cœur de chaîne, à un intermédiaire commercial et logisticien et ses infrastructures (un mareyeur) qui relève de la logistique conventionnelle, l'organisation logistique amont et aval n'en relevant pas (Le Velly, Dufeu, Le Grel, 2016). Cette diversité de situations peut s'expliquer par la variété d'aspirations et de visions de la performance des acteurs (Gonçalves, 2013). Les travaux du RMT AL en distinguent deux parmi les sondés : l'une est fondée sur la réduction des coûts, insiste sur les enjeux économiques de la logistique, promeut l'expertise de logisticiens des chaînes longues et l'hybridation des chaînes ; l'autre, fondée sur une vision de la performance multi-dimensionnelle et co-construite, insiste sur les enjeux économiques mais aussi et surtout sociétaux, promeut l'expertise des producteurs, les expériences de terrain, les actions collectives et de nouveaux modes de gouvernance (Raton *et al.*, 2020). Ces éléments de discours donnent à voir une gamme de promesses de différences logistiques qui ont la potentialité de se traduire diversement sur les territoires et qui alimentent les craintes de conventionnalisation (Paciarotti, Torregiani, 2021).

5. L'émergence d'une offre de transport dédiée comme cas d'étude

Dans un contexte où les promesses de différences des SAT semblent ne pas avoir été satisfaites d'un point de vue logistique, une offre de transport dédiée aux CCAP se construit. Elle se décline en deux grands types :

- le transport internalisé soit le transport de marchandises en CCAP par les producteurs eux-mêmes au moyen des véhicules existants, avec un accroissement du potentiel de livraison via du co-transport entre agriculteurs (Raton, Grossiord, Morizot, 2024) ;
- et le transport externalisé via des initiatives émergentes qu'il s'agit de qualifier : le transport de marchandises en CCAP par des professionnels du transport, la création d'entreprises de transport initiées pour cibler uniquement le transport de marchandises en CCAP ; et la création d'activités de livraison au sein d'entreprises du secteur de l'insertion.

L'externalisation du transport et de la logistique se présente comme un phénomène récent, peu documenté et émanant d'une diversité d'acteurs. Les prestataires de services logistiques sont identifiés comme pouvant exercer un rôle clé de tiers neutre apte à favoriser la massification (Martikainen *et al.*, 2014 ; Noireaux, Ralet, 2019) et encore trop peu considéré jusqu'à lors dans les CCAP (Lambert, 2022). Le recours à la prestation de transport n'est néanmoins pas neutre.

L'externalisation du transport et de la logistique est en effet une pratique courante du modèle conventionnel, fondamentale pour les enseignes dont l'activité logistique constitue un maillon essentiel de leur chaîne de valeur, qui peut susciter des réticences.

L'essor d'initiatives visant à proposer des services de transport et logistique en CCAP se présente dès lors comme un moment clé pour questionner les promesses de différences logistiques, car cela suppose des formes d'adaptation aux chaînes et aux processus existants. Il interroge sur la nature de l'offre de transport émergente et ses finalités, sur les recompositions du secteur du transport à l'œuvre pour répondre aux spécificités relevées de ces circuits.

II Méthodologie : étude exploratoire des offres des transporteurs sur les CCAP

Cette étude a été financée par la DGITM dans le cadre des « *projets de recherche sur les infrastructures et la mobilité* ». Elle se présente initialement en 3 volets d'enquêtes, ciblant les professionnels du transport, les entreprises créées pour répondre aux besoins de transport des CCAP et les entreprises d'insertion proposant une activité de transport. La démarche a été de construire un guide d'entretien transversal. Seuls les deux premiers volets de l'enquête sont l'objet de cet article.

1. La mesure de l'alternativité par le discours

Dans la lignée des travaux de Le Velly (2017), la promesse de différence logistique serait la promesse d'une autre modalité de transfert de flux et de bénéfices associés. Appréhender des initiatives/offres par leur projet constitue un moyen d'identifier les raisons de l'alternativité, liées à la façon dont les acteurs qualifient le modèle conventionnel et de cibler l'action à évaluer. Il s'agit dès lors d'identifier si le projet élaboré est construit sur la critique de la situation logistique actuelle, d'être attentifs à leurs multiples hybridités, les alternatives pouvant en partie reposer sur les modèles conventionnels existants. Cet exercice se présente néanmoins comme complexe. En l'absence de littérature sur l'existence de formes alternatives de logistiques, les fondements d'une logistique qu'on appellera ici conventionnelle, ne sont pas définis. Tout au plus pouvons-nous identifier des récurrences dans la littérature et remarquer la grande variété des chaînes logistiques. Pour contourner cette difficulté, il est envisagé d'analyser comment les acteurs modifient, même à la marge, les règles d'organisation des flux, en ciblant les cas d'abandon de règles dans la construction du projet cité. Le Velly (2018) montre en effet que « *dans de nombreux cas, la construction d'alternatives passe par le remplacement d'une règle par une autre : suppression d'un intrant et remplacement par un autre ou par une association de cultures ; abandon du libre choix par le consommateur qui souscrit à un panier de légumes dont le contenu n'est pas connu au préalable, etc.* ». Dans ce cadre, l'objectif est d'explorer les discours et les descriptions des organisations du transport, produits par une variété d'acteurs potentiellement concernés par le transport de marchandises alimentaires des CCAP. Pour se faire, nous réalisons une enquête exploratoire par entretiens.

2. Des entretiens exploratoires selon la méthode sociologique

L'enquête s'adresse à 2 types de prestataires logistiques : les professionnels du transport des grands groupes nationaux ou internationaux, qui relèvent des systèmes dominants ; les entreprises créées récemment pour répondre aux besoins de transport des CCAP.

La méthode de l'entretien sociologique vise à produire un discours : « *L'enquête par entretien est ainsi particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques (...) lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent* » (Blanchet, Gotman, 2012). Dans notre cas, le discours concerne le transport de marchandises en CCAP et ses spécificités, et l'intérêt d'investir la clientèle des CCAP.

Pour ce faire, le guide d'entretien est composé de questions ouvertes, dont certaines permettent le recueil de modalités de réponses. Dans ce cas, la question est suivie d'une question de relance, pour garantir le recueil systématique des réponses à comparer (Annexe 1). Les modalités de réponse sont

préremplies pour l'enquêteur et non citées à l'enquêté. La démarche a été de construire un guide d'entretien transversal aux volets de l'enquête, puis d'ajuster l'ordre des questions en fonction de la population cible. Les questions sur la main d'œuvre et la sous-traitance, qui sont potentiellement plus sensibles pour les grands groupes de transport, sont par exemple, placées à la fin du questionnaire. Le guide d'entretien permet ainsi la comparaison des réponses.

Le guide d'entretien est construit en 11 grands thèmes : une première partie permettant de disposer d'informations sur l'entreprise, ses objectifs, son fonctionnement (l'identité du répondant, l'histoire et l'identité de l'entreprise, l'organisation du transport de produits alimentaires, le périmètre géographique, la clientèle) ; une deuxième partie ciblant la réponse apportée à des demandes de transport des CCAP (connaissance des définitions des CC/CP, perception des flux de marchandises alimentaires en CCAP et caractéristiques attribuées, positionnement sur ce marché, modèle social de l'entreprise). Les questions de la partie 2 s'adressent à chaque fois aux CP et CC, notre travail faisant l'hypothèse de différenciation des chaînes logistiques.

3. Réalisation des entretiens, retranscription et anonymisation

Les entretiens ont tous été réalisés au téléphone ou en visio. Les entretiens ont duré entre 45 min et 1h40. Tous les entretiens ont été enregistrés afin de disposer de l'ensemble du verbatim, ajoutés à un même corpus puis retranscrits avec le logiciel Sonal dans leur totalité. La plupart des entreprises ayant refusé que leur nom soit cité, l'ensemble du corpus est anonymisé.

4. Sélection et présentation des entreprises enquêtées

Les entreprises ciblées sont celles qui réalisent du transport routier, dont au moins une partie de transport de denrées alimentaires, avec un accent sur celles qui communiquent sur la réalisation de tâches logistiques et de transport pour les CCAP. Certaines d'entre-elles étaient préalablement identifiées. Afin d'inclure des entreprises de transport ne communiquant pas sur le transport de marchandises en CCAP, nous avons recherché une variété de tailles d'entreprises relevant des 3 codes NAF identifiés au préalable (messagerie fret express ; transport routier fret interurbain ; transport routier de fret de proximité).

Au total, ce sont les discours des enquêtés de 9 entreprises de transport qui sont analysés (Figure 2).

Figure 2 – Entreprises de transport enquêtées – Source : Auteur

Id	Code NAF	Description	Cœur de l'activité	Poste de l'enquêté
A	Messagerie Fret Express	Une agence régionale d'un groupe de transport de grande taille (entreprise française implantée à l'international), spécialisée dans la prestation de transport frigorifique et principalement dans l'alimentaire.	Le cœur de l'activité est le groupage, le BtoB, le transport de produits frais.	Directeur de filiale
B	Messagerie Fret Express	Une agence régionale d'une filiale d'un groupe de transport de grande taille (entreprise française implantée à l'international), spécialisée dans le transport de matières issues de l'industrie.	Le cœur de l'activité de l'agence est la distribution express en région, hors température dirigée, avec peu d'alimentaire.	Resp. commercial
C	Transport routier de Fret interurbain	Une entité d'un groupe de grande taille dont le siège social n'est pas en France, réalisant du transport généraliste.	Le cœur de l'activité de l'entité enquêtée est le lot complet, la distribution palettisée et le groupage international. Le transport alimentaire n'est pas central mais pas négligeable, en température dirigée ou non.	PDG

D	Transport routier de Fret interurbain	Une jeune PME réalisant du transport, de la logistique et du conseil (entreprise française implantée à l'échelle régionale).	Le cœur de l'activité est le conseil puis le transport de denrées alimentaires en VUL, en tournées dédiées.	PDG
E	Transport routier de Fret interurbain	Une très récente PME de transport alimentaire (entreprise française implantée à l'échelle locale), spécialisée sur le transport alimentaire de productions locales.	Le cœur de l'activité est l'enlèvement et la livraison de denrées alimentaires en VUL, sec et froid, en tournées dédiées.	PDG
F	Transport routier de fret de proximité	Entreprise de transport de taille intermédiaire, appartenant à un groupe d'entrepôts (entreprise française implantée à l'international), spécialisée dans le transport du dernier kilomètre en température dirigée.	Le cœur de l'activité est la livraison en VUL de produits uniquement alimentaires, en lot complet ou partiel, à domicile ou auprès des professionnels, et avec des tournées dédiées.	PDG
G	Transport routier de fret de proximité	Une très récente PME de transport alimentaire (entreprise française implantée à l'échelle locale), spécialisée sur le transport et la logistique de denrées alimentaires sous label Bio.	Le cœur de l'activité est le dernier km de produits bio et locaux en VUL, sec et froid, majoritairement électrique, en tournées dédiées.	Un des associés fondateurs
H	Affrètement / organisation des transports	Une PME récente, commissionnaire de transport (entreprise française implantée à l'échelle régionale), spécialisée sur l'organisation de la massification des flux de produits alimentaires locaux.	Le cœur de l'activité est l'organisation du transport via un système d'information propre et le recours à la prestation de transport.	Un des associés fondateurs
I	Affrètement / organisation des transports	Une filiale d'un groupe de grande taille (entreprise française implantée à l'international), spécialisée dans le transport de denrées alimentaires en température dirigée positif et négatif.	Le cœur de l'activité est la livraison express de colis alimentaires, majoritairement en BtoC.	Directeur de filiale

III Résultats :

Dans une première partie nous identifions le discours des grands groupes de transport. Dans une deuxième partie, nous analysons les caractéristiques des entreprises créées pour les CCAP, la diversité des motivations, les types de chargeurs ciblés par leurs offres et les caractéristiques attribuées à ces flux.

1. Une offre de transport non adressée par les grands groupes... mais pas tous

Seulement 4 entreprises appartenant à de grands groupes nationaux ou internationaux ont pu être enquêtés (A B C I). Parmi eux, on retrouve cependant les acteurs majeurs du transport de marchandises alimentaires (ils possèdent chacun entre 40 et 700 entrepôts). Nous identifions leur connaissance des définitions des CP et CC, leurs discours sur la présence de marchandises commercialisées ainsi dans leurs véhicules, leur perception de ce marché et son intérêt potentiel.

1.1 Le terme de circuit court, une définition connue mais peu appropriable

Les enquêtés ont déjà entendu le terme de CC, à minima à titre personnel, et y associent un discours. Deux d'entre-deux définissent les CC par leur nombre limité d'intermédiaire, témoignant d'une connaissance du sujet. Les deux autres associent les CC aux circuits de proximité, c'est-à-dire à de faibles distances et à un périmètre d'action local. A dit réaliser des prestations de transport pour des acteurs des CC, sans toutefois que l'activité de l'entreprise ait été construite dans cet objectif. Pour lui, les CC sont associés à une démarche peu pérenne, contrairement aux circuits de proximité. D'ailleurs, pour A, B et C ce terme est plus parlant que celui de CC. Une seule entreprise déclare que son activité a été créée pour les CC : elle réalise exclusivement du transport et de la logistique en CC (vente directe

producteur/consommateur). C'est l'analyse du marché du transport français et de ses manques potentiels qui a motivé la création de la filiale. La société identifiait alors un manque sur le transport frigorifique : « Jusqu'à là, il n'y avait pas d'autre solution de transport pour les produits alimentaires en température dirigée en colis, en carton, y avait que la possibilité de le faire en palette, donc principalement en BtoB, seulement en BtoB ». L'offre telle que décrite se présente non seulement en accord avec la définition française des CC et ses aspirations mais aussi en accord avec la taille des colis que ces acteurs sont susceptibles d'avoir à faire transporter (Encadré 1).

Encadré 1 - La finalité de l'offre proposée aux acteurs des CC par l'un des grands groupes de transport - Source : Enquêtes Auteur

[>Question?]: Dans votre entreprise, au quotidien, le terme de « circuit court » est-il souvent employé ?

[>R]: oui

[>Question?]: dans quel cadre ?

[>R]: dans tous les cadres, nous si vous voulez on existe pour les circuits courts. Pour nous, un circuit court ce n'est pas seulement de livrer localement, c'est aussi de permettre à des producteurs et des artisans de livrer partout en France sans passer par les grossistes, sans passer par un distributeur, c'est livrer directement son client. C'est ça les circuits courts pour moi. »

Exception faite de I, l'identification d'éventuelles marchandises commercialisées en CC dans les véhicules des transporteurs se révèle ardue. Une fois la définition officielle lue, il s'en suit, pour 3 entretiens, une recherche de ce qui pourrait correspondre à ces flux, qui se révèlent assez riche en enseignements. Deux types de réaction sont identifiées. L'une est propre à une connaissance plutôt fine du sujet, qui repose sur des expériences de travail et d'échanges antérieurs avec des acteurs des CCAP. Dans ce cas, les acteurs des CCAP sont donc bien identifiés et le discours est clair : la part des CC est trop faible pour constituer un marché ; des expériences de faillite illustrent de faiblesses des modèles économiques ; cette demande de transport sollicite des services supplémentaires (logistique inverse notamment) qui ne sont compatibles avec les organisations (Encadré 2).

Encadré 2 – Une connaissance fine des CC mais une perception négative

« Bah en tout cas, des clients potentiels oui, à potentiel non. C'est à dire que, aujourd'hui, la part des circuits courts est trop faible et ne passe pas beaucoup par des intermédiaires comme nous. Pour moi, les vrais circuits courts, malheureusement, enfin malheureusement ou heureusement c'est plus la commercialisation sur les marchés, les choses comme ça, ou ils sont directement au contact du consommateur. En dehors de ça, je vous dis, il y avait les [noms entreprise qui a arrêté son activité] qui avaient essayé de se développer et qui partait d'une bonne idée où ils allaient livrer dans les entreprises des choses comme ça. Ou toutes les contraintes d'emballage à reprendre et autre, c'est des schémas en termes d'organisation qu'on ne peut pas intégrer dans nos organisations » (...) « On est dans un process plutôt industrialisé, c'est ... pour limiter les risques d'erreur, on est obligé de fonctionner dans qq chose de plus en plus processé et c'est en ça que justement les clients type circuit court, qui sont en général des petites structures, peuvent avoir du mal des fois à intégrer nos schémas. »

Pour deux autres entreprises, le sujet est moins connu et l'exercice d'identification est nouveau. L'intérêt personnel pour ces circuits oriente sur un discours plus ouvert, mais avec de nombreuses difficultés d'identifications (Encadré 3).

Encadré 3 – Témoignages des difficultés à traduire la définition des CC en flux de marchandises concrets au sein de leur structure – Source : Enquêtes Auteur

« Je me demandais justement comment on peut prendre ça en compte. Parce que nous en tant que transporteur, il faudrait qu'on fasse une analyse entre l'expéditeur, son destinataire, savoir s'ils font du circuit court ou pas, et à mon avis, nous en tant qu'intermédiaire transport, on serait forcément exclu de ça... »
 « Alors typiquement, mon client dans le [nom département] qui fait de la conserverie lui-même et qui lui, récolte autour de lui ... il est déjà plus court que moi, mais après... »
 « Aujourd'hui par rapport à toute la clientèle que l'on voit... C'est quand même un business, y a beaucoup d'intermédiation, donc pour moi c'est difficile de le qualifier de circuit court dans le sens ou vous l'entendez. »
 « Parce que je pense que les transporteurs n'y sont pas sensibles. Parce que ça ne change rien à la commercialisation et à notre activité. Absolument rien, c'est à dire que tout ce qui va changer maintenant c'est l'empreinte carbone »

« Quand on voit un client c'est un client. Qu'il soit en circuit court ou pas ou en intermédiation, pour nous ça change absolument rien, on va transporter et notre objectif c'est de prendre cette palette et de l'amener à bon port »

« Si ça passe par la GMS c'est pas du circuit court ?

[>Question?]: ça dépend si ça passe par la centrale d'achat ou si c'est livré directement dans un des magasins.

[>R]: donc euh c'est pas circuit court. Donc euh non, non y en a pas, très peu. Marginal aussi.

[>Question?]: quand y en a, ce serait quoi?

[>R]: ce serait vers le consommateur, je pense à un client là... qui est monté en puissance dernièrement, qui faisait de la farine, mais ça va vers le boulanger qui lui transforme donc c'est encore pas du circuit court...

[>Question?]: ça dépend si c'est du travail à façon et si le boulanger vend directement au consommateur.

[>R]: lui là c'est le cas. Mais c'est peu. »

Les indicateurs évoqués sont à la fois de l'ordre de l'identification des clients (code naf, producteurs, artisans), des destinataires (restaurateurs, particuliers, épicerie), des flux en BtoC et de certaines filières (vin). La recherche d'identification des flux en CCAP révèle que cette clientèle est marginale mais pas inexistante pour A, B et C, que la question serait complexe à traiter et, de fait, qu'ils n'y voient pas d'intérêt. Si bien que s'il y a des marchandises de ce type dans leurs véhicules, alors ils sont traités comme les autres. La conséquence c'est qu'ils disent ne pas proposer une offre qui les ciblerait précisément.

1.2 Le circuit de proximité pour les grands groupes de transport : du relationnel en local, donc leur domaine

Les discours de A, B et C concernant les CP sont relativement proches et portent sur la démonstration que le métier de transporteur est un métier de proximité, de lien au territoire et aux acteurs locaux, notamment avec le tissu de petites entreprises. « Notre clientèle de proximité est un tissu hyper important pour nous. C'est un peu le pilier de notre activité palette (...) Et on voit que cette activité-là souffre particulièrement en ce moment depuis l'inflation. (...) Nous sommes très ancrés dans le territoire quand même hein ». Si elles valorisent leur ancrage au territoire, elles disent que les termes de CC ou CP ne sont pas des termes employés dans les activités quotidiennes. Elles insistent néanmoins sur le fait que le CP est plus parlant que celui de CC : « ça, voilà en tout cas ça parle plus. (...) Ça reste peu employé au quotidien chez nous quand même ». Un ensemble de lieux ont été évoqués comme correspondant, selon eux, à du transport local et du CP réalisé pour leurs clients (Encadré 4).

Encadré 4 – Les indicateurs de la proximité pour 3 transporteurs de grands groupes – Source : Enquêtes Auteur

La proximité de l'agence : « pour moi la clientèle de proximité, c'est la clientèle desservie par l'agence ».

La clientèle que l'on connaît : Pour nous la clientèle de proximité sont les clients que nous connaissons bien et qui travaillent historiquement avec nous. Ça c'est notre clientèle de proximité et pas les grands clients nationaux. Surtout pas d'ailleurs. »

L'enlèvement sur un périmètre restreint / l'enlèvement sur les lieux de production : « Je dirai que 100% de notre ramasse elle est locale en fait. Je ne sais pas si vous voyez ce que je veux dire, mais nous on va ramasser des produits là où ils sont fabriqués. Là où, presque à la source je dirai, là où, pas dans tous les cas, mais à quasi 100% on va chercher les produits là où ils sont fabriqués. Et ensuite, nous on les éclate et on les distribue partout en Europe »

De faibles distances entre le hub et le point livré : « des distances rapprochées, [lorsque] le point central qu'on alimente est assez proche du point de livraison »

La « zone de camionnage » : « celle non sous-traitée, c'est les mêmes camions qui vont enlever dans le département Y qui vont re-livrer dans le département Y »

Le quai de chargement, la travée dédiée au local : « dans toutes les agences de France, vous avez toujours une travée qui est dédiée au local. Ça signifie que vous allez avoir de la marchandise qui va venir de l'autre bout de la France, mais ça signifie aussi qu'on va ramasser et redistribuer au même endroit »

La livraison des particuliers : « le circuit de proximité c'est : je fais appel à une prestation qui me permet d'aller livrer du particulier avec des distances assez rapprochées par rapport au point central. Enfin, le point central qu'on alimente est assez proche du point de livraison »

Cet ensemble de lieux traitent des flux de proximité, mais une partie rassemble des flux de proximité et d'autres flux au long court. Pour les plus grandes entreprises, la diversité des approches est grande

et révèle finalement certaines difficultés à appréhender le CP. Traitant des flux au long court, ils se disent capables d'identifier les flux de proximité mais sont d'accord sur le fait que les pratiques de groupage/dégroupage rendent la distinction ardue. En outre, ils traitent avec une diversité d'acteurs, qui ne sont pas toujours producteurs et ne peuvent pas toujours retracer la localisation initiale et donc le périmètre géographique. Ces entreprises disent que ce n'est pas un objet d'attention actuel, mais ils indiquent aussi une forme d'intérêt et un champ des possibles. Un enquêté indique même que le contexte peut les amener à s'y intéresser : *« Et ça répond à nos habitudes de consommation qui peuvent être amenées à changer et ça peut se mettre en place assez rapidement » ; « c'est pas notre premier marché (...) A la seule exception je vous dirai c'est (...) en commençant à travailler avec les départements sur le projet alimentaire territorial (...) Et là effectivement, on peut travailler aussi bien localement ».*

Les finalités propres à leur activité sont néanmoins éloignées des enjeux des CCAP. L'offre adaptée semble surtout l'apanage des autres entreprises. Leur positionnement est analysé dans la partie suivante.

2. De nouvelles entreprises de transport mus par des enjeux de relocalisation des systèmes alimentaires

2.1 Des motivations liées au besoin d'une offre de transport pour les CCAP

D, E, F, G, H ont toutes la particularité d'avoir créé leur activité pour les CCAP. Pour E, G et H l'objectif est, dans le discours comme dans la communication publique, tout de suite centré sur les besoins des acteurs des CCAP. Pour E, ce sont des expériences antérieures de travail avec les agriculteurs et un intérêt citoyen pour les systèmes alimentaires durables et la limitation des km alimentaires qui ont motivé la création de l'entreprise et son objectif. *« Moi le but c'était de faire du transport, de faire un lien entre le producteur et le consommateur final. Et en fait, dans ma vision, je ressentais qu'il y avait un manque à ce niveau-là, au niveau de l'approvisionnement et aussi que le producteur, son métier principal c'est de produire, mais ce n'est pas être transporteur. Donc je voulais amener ça en plus ».* Le souhait de continuer d'être en contact quotidien avec les agriculteurs a participé à cibler les activités de l'entreprise : *« c'est uniquement de l'alimentaire et uniquement du local, de la production locale. Transport de production locale en direct, pas de stockage et distribution directe, pour redistribuer aussitôt ».* Pour H, c'est la fusion de deux entreprises ayant d'une part la connaissance des contraintes logistiques des producteurs et artisans qui commercialisent en CP et d'autre part une expérience de pilotage des flux avec développement d'un SI, qui a orienté les activités de l'entreprise vers l'organisation du transport local. Des expériences antérieures d'accompagnement des collectivités orientent les activités vers une partie de conseil sur les infrastructures logistiques locales et sur l'organisation des flux plutôt que son exécution en propre. G s'inscrit plus précisément dans le bio local. Des expériences antérieures dans le milieu agricole et celui du transport ont fait émerger que *« la logistique est souvent le point faible dans l'organisation des producteurs en CC ».* C'est cette connaissance du milieu agricole qui a orienté l'activité. *« Donc en fait, on avait et la volonté de créer une entreprise de transport et le souhait aussi de la créer à destination des producteurs locaux (...) Donc, c'est aussi pour ça qu'on a décidé d'orienter notre entreprise uniquement vers le dernier kilomètre en fait, et plus précisément, on limite notre offre aux producteurs labellisés bio. Donc c'est un marché qu'on pourrait qualifier de niche ».* Pour F et D, c'est l'analyse du marché du transport français et de ses manques potentiels qui a motivé leur création (faisant ainsi un parallèle avec I, pour les grands groupes). Pour F, l'offre frigorifique, considérée comme standardisée, semblait ne plus correspondre à certains segments de la demande : *« l'offre de transport frigo (...) avait tendance à s'industrialiser en fait, et c'était assez contradictoire avec les demandes de plus en plus de proximité, de souplesse et donc nous on fait beaucoup de transport sur mesure pour nos clients ».* Pour D, c'est le souhait d'un plus haut niveau de service logistique et la difficulté de trouver des prestataires de transport qui soient des « partenaires » qui est à l'origine de la création de l'entreprise. *« Y a beaucoup de gros, y a beaucoup de choses très normées, y a beaucoup d'expressistes. Mais pour de la logistique un peu dédiée, un peu de pointe, et notamment dans l'alimentaire, c'était très compliqué (...) ».* Ce constat oriente l'entreprise

sur le conseil logistique (aide à dimensionner les besoins logistiques, aide au changement d'échelle, organisation des besoins en prestation). Pour F et D, c'est le potentiel de marché qui est le premier élément de langage, il est néanmoins complété, plus tard dans l'entretien, par le souhait d'apporter un service aux acteurs des CCAP. Ces deux entreprises sont celles sur lesquelles le projet est le plus fondé sur la critique du modèle conventionnel, du point de vue de ses process surtout.

2.2 Deux façons de répondre aux besoins identifiés

Les 5 enquêtés maîtrisent globalement les définitions de CC mais une majorité préfèrent s'inscrire dans les CP et en parle plus volontiers. La connaissance plus fine des clients leur permet facilement d'identifier ce qui relève du CC ou du CP, avec une difficulté persistante concernant les étapes de transformation, dont ils ne savent pas toujours si elles relèvent du service à façon ou de l'achat-revente. Les ambitions initiales de chaque dirigeant dessinent les contours d'une offre de transport et logistique des CCAP, qui se trouve être à destination d'une grande variété de chargeurs, aux profils parfois très spécifiques (Encadré 5), couvrant les CP comme les CC, suivant la stratégie du chargeur.

Encadré 5 - Les différents profils de chargeurs ciblés par les entreprises de transport des CCAP – Source : Enquêtes Auteur

Les producteurs sous label bio qui veulent accroître leur production, mais n'ont pas les moyens logistiques de distribuer davantage leurs produits en local (30 km), qui souhaitent déléguer mais sont attentifs à la décarbonation des transports (G)

Organisation du transport → les livraisons en magasins spécialisés et les livraisons en restauration collective dans un rayon de 30 km en VUL électrique

Les producteurs, transformateurs, artisans en local qui souhaitent déléguer les livraisons locales (50 km) pour se dégager du temps, sans rompre le lien avec leurs clients (E)

Organisation du transport → les enlèvements sur la ferme ou le lieu de transformation et la livraison en tournée dédiée sans stockage, avec du retour client et de l'encaissement (restaurants, épiceries, restauration collective)

Les producteurs, grossistes, GMS de plusieurs métropoles françaises qui souhaitent un service de transport et logistique frigorifique en BtoB ou BtoC, à partir de plateformes en entrée de ville ou dans les MIN (F H)

Organisation du transport → Regroupement des marchandises alimentaires en entrée de ville, service logistique (stockage, préparation de commandes) et livraison BtoB et BtoC (restaurants, épiceries, magasins spécialisés, restauration collective, particuliers)

Organisation du transport → Un système de navette entre un marché de gros (producteurs du carreau) et une plateforme de centre-ville

Organisation du transport → Organisation des livraisons sous-traitées à d'autres transporteurs du fait d'un statut de commissionnaire, sans parc en propre

Les entreprises locales (50 km) qui veulent un transporteur « partenaire » qui les accompagne sur le transport mais aussi sur la stratégie logistique de l'entreprise : les jeunes entreprises pour créer ou dimensionner leur logistique en interne ; les entreprises plus matures qui souhaitent changer d'échelle ou les entreprises en difficulté qui souhaitent déléguer leur logistique sans en avoir encore le modèle économique (D)

Organisation du transport → les livraisons en vrac pour des épiceries, les livraisons en restauration collective à l'échelle d'une métropole, le retour et le stockage des contenants et consignes

Organisation du transport → mutualisation des flux d'un écosystème de clients sur une métropole, via des fonctions d'organisation des flux

Organisation logistique → formation des chauffeurs, gestion des flux d'informations, aide au recrutement, accompagnement sur la connaissance de la loi, organisation optimisée des livraisons, logistique d'approvisionnement, gestion des stocks et préparation de commandes

Cette offre présentée par chacun des enquêtés fait écho aux problématiques des CCAP identifiées dans la littérature, avec une diversité de façon d'y répondre. Nous en distinguons ici deux types (a, b).

- La logistique comme point faible des acteurs des CCAP (type a)
- La logistique comme point faible des systèmes alimentaires locaux (type b)

La première façon d'y répondre est de cibler la logistique comme point faible des acteurs des CCAP et de proposer une offre de transport qui dégage du temps et ne rompt pas le lien avec la clientèle (E, G, F, D). Cette offre de transport est à destination exclusive des agriculteurs, transformateurs ou artisans et cible en particulier ceux qui sont très contraints pour leur organisation logistique actuelle, ce qui limite les possibilités de consacrer plus de temps aux activités productives et donc d'augmenter les volumes et chiffres d'affaires. Cette prestation de transport est ainsi construite pour maintenir les souhaits de proximité géographiques ou relationnelles des chargeurs et inclus les CP comme les CC : la mise en œuvre de la proximité géographique, se caractérise par un périmètre d'action volontairement restreint (entre 30 et 50 km) et le ciblage des acteurs des CCAP de ce périmètre commercialisant leurs produits dans ce même périmètre ; la mise en œuvre de la proximité relationnelle recouvre une dimension qui semble nouvelle, celle de relations de confiance nouées entre transporteurs et producteurs/artisans et fondée sur du retour client et la prise en compte d'un ensemble de valeurs propres aux CCAP.

C'est selon les enquêtés sans doute la plus difficile à mettre en place car elle demande un démarchage important des producteurs, l'identification des profils intéressés par de la prestation, et une forme de pédagogie sur le coût réel du transport. De fait, que ce soit une stratégie de l'entreprise ou non, toutes sont amenées à réaliser du conseil et de l'accompagnement à la structuration d'organisations logistiques pérennes. En outre, cette offre-là peut demander l'enlèvement en zone rurale (du 1^{er} km) et la livraison urbaine, soit deux des segments les plus coûteux du transport. Dans ces cas, l'apport d'une solution logistique et de transport est vu comme un moteur de développement des CCAP. A notre connaissance, tous les enquêtés ont tenté cette offre de transport et une partie d'entre-deux explorent aujourd'hui une autre piste (F, H, D en cours) : une offre de massification des flux en entrées de ville.

La deuxième façon d'y répondre est de cibler la logistique comme point faible des systèmes alimentaires locaux et de proposer une offre de massification des flux en entrée de ville. Face aux contraintes d'enlèvement en milieu rural et de livraison urbaines, une partie des entreprises proposent actuellement plutôt une offre de transport visant le groupage, avec des localisations en entrée de ville et des possibilités de dépôt des marchandises par les producteurs. Les localisations sur les MIN et l'exemple de mise en place d'une navette entre le carreau des producteurs et le centre-ville illustre de cette offre plus segmentée, qui apporte une solution aux producteurs/artisans pour le transport aval uniquement. De fait, cette offre qui vise la massification, est plus ouverte à d'autres acteurs que ceux des CCAP, incluant de la massification des flux pour les grossistes régionaux, transformateurs, et GMS. Dans ces cas, l'apport d'une solution logistique et de transport est vu comme un moteur de développement de systèmes alimentaires durables et locaux.

Le point commun de ces entreprises c'est un positionnement à rebours du marché conventionnel, soit la proposition d'une offre de transport dite « sur mesure », d'une offre de transport qui s'oppose à l'industrialisation des process du transport, observée par ailleurs. D'un point de vue opérationnel, elles s'inscrivent toutes dans le transport routier de fret de proximité, avec du transport en VUL et des petits colis plutôt que du transport palette, et un périmètre d'action plutôt local. Les divergences tiennent à la façon dont les entreprises répondent aux problématiques des CCAP, qui sont impactantes à trois niveaux : la part des chiffres d'affaires réalisé via les flux des CCAP, le discours sur la spécificité des flux en CCAP et les exemples de modification des règles d'organisation diffèrent.

2.2.1 L'offre a) : des valeurs spécifiques, du partenariat et de la confiance

Les entreprises qui s'adressent aux acteurs de la production/transformation des CCAP ont de fait un chiffre d'affaires centré sur ces flux et un discours très orienté sur leurs spécificités. La première évoquée est celle des valeurs des donneurs d'ordre (D E G). Par exemple, G précise que les producteurs bio ont une vision systémique de leur travail : « *c'est des gens qui vont mettre beaucoup de valeurs autres que la seule valeur de leur production. Quand ils disent local, c'est non délocalisable, c'est quand même important pour eux, ça peut pas être fait ailleurs quoi. Local c'est saisonnier aussi, ils vont associer local et saisonnier. (...) Environnemental : on ne maltraite pas la terre qu'on cultive et puis social, on ne maltraite pas non plus les salariés. Ils ne vont pas limiter l'approche locale à dire c'est produit à moins de 40 km* ». En s'adressant à ce public, il est estimé que l'offre de transport doit pouvoir se différencier et promouvoir la continuité des valeurs le long de la chaîne, quitte à ce que cela rende l'offre exclusive et « restreigne le marché ».

La deuxième spécificité de l'offre de transport c'est sa très grande souplesse. Les entreprises décrivent l'insertion des producteurs dans des débouchés exigeants et diversifiés, qui génèrent finalement une forte demande de personnalisation des offres de transport et de nombreux services (encaissement, retour client, distribution des quantités à la demande, retour des contenants, délai court de réassort pour la GMS etc.). Ainsi, ce n'est pas au moment d'expliquer la finalité de l'entreprise que sont exprimés des positionnements en rupture du système conventionnel, mais lorsqu'il s'agit de décrire les tournées et les clients (Encadré 6).

Encadré 6 - Des distinctions ou critiques du modèle conventionnel au sein de l'offre de type a) – Source : Enquêtes Auteur

« *Sachant que la GMS, avec des petits producteurs comme ça, la GMS n'est pas très cool. (...) En fait, ils sont souvent appelés à 11h le matin, en disant le rayon est vide, il faut que vous veniez livrer à 14h. Je pense que dans l'IAA [Industrie Agro-Alimentaire] c'est pas un problème, ils ont des transporteurs pour s'organiser, mais pour un petit producteur, c'est beaucoup plus compliqué* ».

« *On peut agir à la dernière minute, on peut modifier qq chose. On n'est pas dans un schéma type, y a plus de souplesse. Par ex, (...) si il y a beaucoup de clients le lendemain, le producteur m'appelle, il me dit est-ce que tu peux venir 2h avant ? c'est vite fait. Que dans une grosse boîte de transport, à mon avis c'est plus compliqué. C'est une logistique complètement différente* »

« *La logistique entre guillemet "normale" c'est bien calibré, que là il m'arrive régulièrement d'y aller et je ne sais pas du tout ce que je vais amener* »

Selon les enquêtés, les incertitudes qui pèsent sur les acteurs des CCAP impactent l'offre de transport. Elle est donc décrite comme « sur mesure », très variable d'un client à un autre, et très changeante. Néanmoins, la personnalisation et l'organisation d'une réponse urgente à des besoins variés est également considérée par les entreprises comme un moyen de fidéliser, de construire sa clientèle et avec elle la confiance nécessaire à ce type de service (Encadré 7).

Encadré 7 – Le besoin de confiance et de flexibilité de l'offre de type a) – Source : Enquêtes Auteur

« *Et lui il m'a dit, je travaille qu'avec vous, y a un bon climat de confiance qui s'est mis entre nous* »

« *C'est à dire que je suis un peu le facteur, je récupère aussi les chèques si y a des chèques. Donc voilà je suis vraiment dans le prolongement du producteur* »

« *Quand y a des soucis avec des produits, je remonte les infos. Bah pour vous dire, c'est que j'ai un client, au bout d'un an, il a compris que je ne faisais pas parti de la ferme, parce qu'il voit mon camion et puis je dis non, je fais que le transport, mais dans sa tête je faisais partie de la ferme* ».

Les descriptions des tournées et des clients illustrent de l'importance de la confiance établie entre le donneur d'ordre et le transporteur, ainsi que du besoin de flexibilité de la part des agriculteurs ou artisans. La dimension relationnelle avec les clients, valorisée également par les entreprises des grands groupes prend ici une autre dimension, illustrée par l'emploi massif du terme « partenariat » : « *Pour nous la particularité c'est que le transport circuit court c'est un service avec non pas un prestataire, mais un partenaire, qu'il y a un suivi client* » (...) « *C'est vraiment d'accompagner le client et pour ça*

bah faut être au courant de ce qu'il se passe chez lui ». Ce relationnel construit a deux autres caractéristiques phares : il est bâti sur le service et le conseil ; il peut s'inscrire dans des formes d'exclusivité. Ainsi, face à l'inadaptation du colisage au transport, aux retards de certains producteurs, à l'absence de connaissance ou de maîtrise des règles de respect de la chaîne du froid, les transporteurs disent former et proposer des outils adaptés (caisses standardisées, étiquettes) et fournir un accompagnement logistique sous forme de conseil. De plus, certains enquêtés mentionnent une forme de prudence à mutualiser plusieurs clients dans un même véhicule, certains producteurs étant réticents à partager le même transport avec un producteur concurrent. Néanmoins, ces prudences semblent compensées par la recherche d'augmentation des volumes à distribuer sur les points déjà livrés. Dans ce cas, le transporteur favorise le contact entre un destinataire déjà desservi et un producteur qui est déjà client.

Finalement la notion de « partenaire », souvent évoquée, semble correspondre à des besoins de dépannage aussi bien qu'à un souhait de régularité et de prise en charge des contraintes logistiques : « *Pour le producteur c'est quand même intéressant d'avoir un transporteur partenaire, pour mettre en place qq chose de régulier. Ce qui est quand même pratiqué depuis qu'on a créé l'entreprise* ». Les enquêtés décrivent aussi une confiance qui est plus facile à construire avec une entreprise de petite taille : « *Je pense que c'est aussi parce qu'on est un petit transporteur, qu'on arrive à avoir des petits producteurs. Y a aussi le côté on est pareil. Vous êtes un petit transporteur, vous allez mieux me comprendre que si... "moi je n'imagine pas appeler [un transporteur connu] parce que, en gros, je vais me faire avoir... on a cet argument un peu commercial : nous aussi on est petit* ».

Ces discours (offre de type a)) montrent que ces acteurs modifient, même à la marge, les règles classiques d'organisation des flux sur les points suivants :

Tableau 1 - Modification des règles d'organisation classique des flux pour les offreurs de transport de l'offre a) – Source : Enquêtes Auteur

Modifications de règles propres aux offres de type a)	Abandon des process industriels pour favoriser la souplesse et la confiance	D E G
	Renforcement du local (périmètre d'action de 50 km maximum)	
	Transport depuis les lieux de production jusqu'aux lieux de distribution sans rupture de charge et le plus souvent pour le compte d'un seul client-chargeur	
	Abandon de la sous-traitance en cascade	
	Retour des contenants, encaissements, retours client	
	Abandon du transport en poids lourds	
	Abandon du recours aux infrastructures conventionnelles (MIN, hub de groupage)	
	Conseils et pédagogie sur la maîtrise de la chaîne du froid, le colisage et l'organisation logistique	
	Connaissance des pratiques et produits des clients : on sait ce qu'il y a dans les colis	
	« Nous aussi on est petit »	

2.2.2 L'offre b) : des organisations empruntant au cadre conventionnel

Les entreprises qui cherchent à massifier en entrée de ville ont modifié certains paramètres de leur organisation préalable de type a) pour adapter leur offre à l'échelle territoriale qu'ils ciblent. Se faisant ils traitent de flux plus variés voire hybrides (au long court comme de proximité, en circuit court comme long). Selon les cas, ils abandonnent un des principes des CP ou des CC : par exemple le fait d'effectuer des livraisons pour la restauration collective pour des grossistes ajoute un intermédiaire et sort du cadre des CC ; le fait de réaliser les derniers km d'une chaîne non inscrite en local en sous-traitant le transport. Ainsi, comparativement au type a) : ces entreprises introduisent à la marge du transport en poids lourd sous-traité lorsqu'il s'agit de contractualiser avec un client plus lointain ; de la sous-

traitance en cascade pour ceux qui n'ont pas de parc en propre (« *On organise le transport mais le marché nous voit comme le transporteur, parce qu'il n'y a qu'un seul intermédiaire logistique de la ramasse à la livraison* ») ; le recours aux infrastructures et acteurs de la massification (marché de gros, grossistes).

En étant moins concentré sur ce marché, ces entreprises disent y voir des spécificités, mais également ne plus être toujours capable d'identifier ces flux des autres flux. De ce fait, le discours quant à la spécificité de ces flux est plus tempéré : les caractéristiques propres lorsqu'elles sont identifiées, n'empêchent pas parfois un traitement commun aux autres flux.

Encadré 8 – Des activités de transport qualifiées pour partie comme relativement classiques pour les offres de type b) – Source : Enquêtes Auteur

« Je pense qu'on a tout un volet de notre activité qui est très classique. Je pense que notre connaissance de nos clients, de leurs produits, fait qu'on est quand même spécifique. Pour nous, un transporteur qui se revendique du circuit court ou du local, devrait répondre à ces critères de connaissance pour lequel il travaille. Ce qui n'est pas le cas je pense »

« En fait, c'est pas notre, comment je pourrai dire ça, notre affaire, on n'est pas concerné par ce que fait le producteur au niveau commerce. Nous on est là, on a un contrat avec eux, pour livrer là où il nous dit de livrer. Que ce soit en cc ou pas, c'est pas notre problème. Du moment qu'on donne le service qu'il demande »

« Evidemment plus on grossit, plus on retrouve les problématiques des gros, on n'est pas plus malin que les autres »

« Y en a qui ne sont pas circuit court, parce que je ne maîtrise pas l'approvisionnement de mes clients. Notamment je fonctionne parce qu'il faut bien faire tourner la société, je suis pas non plus... Faut bien tourner »

Le fondement commun de ces activités est la recherche de massification des volumes à distribuer, à l'échelle de territoires urbains. Les formes de massification des volumes livrés, décrites plus haut à l'échelle de tournées (type a), peuvent se décliner à l'échelle de territoires entiers : les réponses à appel d'offres des collectivités permettent de livrer un ensemble de cantines d'une métropole en liaison froide (entre une unité centrale de production de la restauration collective et des cuisines satellites) ; la réponse à un marché public avec un groupement d'agriculteurs bio permet d'optimiser la ramasse et la livraison des cantines à l'échelle urbaine. A cela s'ajoute des réflexions sur la mutualisation des flux fournisseurs : « *y a évidemment des chemins à croiser et avec les fournisseurs. Du coup je commence à discuter avec les fournisseurs (...) Se dire tient, (...) peut-être qu'il y a des flux qu'on peut synchroniser et voir comment on peut gagner en efficience les uns les autres. C'est un chemin qui est long parce que les fournisseurs ont une autre casquette et c'est encore différent* ». Ou encore, des expérimentations de création de schémas d'approvisionnement de la restauration collective coconstruites entre transporteurs et chefs de cuisine d'une commune.

Finalement, pour ces offres de transport, les enquêtés modifient de façon moindre les règles classiques d'organisation des flux, tout en ciblant préférentiellement les producteurs et artisans de l'alimentaire (Tableau 1).

Tableau 2 - Modification des règles d'organisation classique des flux pour les offreurs de transport de l'offre b) – Source : Enquêtes Auteur

Modifications de règles propres aux offres de type b)	Renforcement du local : périmètre géographique d'intervention locale ou régionale, parfois dupliqué dans plusieurs métropoles	(D) F H
	Connaissance des pratiques et produits des clients	
	Remise en question des process industriels pour favoriser la souplesse	
	Regroupement des marchandises alimentaires de producteurs/artisans en entrée de ville et livraison (restaurants, épiceries, magasins spécialisés, restauration collective, particuliers)	

	Services logistiques en entrée de ville : adressé aux producteurs et artisans de l'alimentaire (stockage, préparation de commandes)	
	Conseil aux collectivités ou contractualisation	
	Mutualisation des flux d'un écosystème de clients sur une métropole, via des fonctions d'organisation des flux, avec ou sans parc propre	

Les offres de transport des CCAP enquêtées modifient les règles classiques d'organisation des flux de façon distinctes. Tout d'abord, certaines modifications semblent s'inscrire dans des tendances actuelles du transport de marchandises : la valorisation du transport de colis, liée notamment à l'essor du e-commerce et l'inscription croissante des transporteurs dans des réseaux de messagerie (Combes, 2018), la spécialisation de l'entreprise dans l'alimentaire, des réflexions en cours sur la décarbonation du transport et sa mise en œuvre, et la proposition de services logistiques pour consolider les activités. Les partis pris des entreprises créées pour les CCAP sont néanmoins plus marqués. Les expéditions de palettes sont rares ou inexistantes et c'est le colis qui est privilégié. La décarbonation du transport qui devient un enjeu central dans le secteur des transports est citée (notamment pour G) mais peut être accessible pour les PME et couplée à la limitation des distances et le choix d'un périmètre d'action volontairement restreint (50 km pour a)). La proposition de services logistiques est également un complément de l'offre de transport : elle est composée d'une offre de stockage et préparation de commandes, pour les produits secs surtout, réalisée dans un entrepôt, souvent unique. Cette offre est considérée comme en construction, c'est-à-dire nécessaire à l'activité mais pas encore utilisée de façon optimisée par rapport au potentiel.

Les autres modifications de règles ne sont pas unanimement adoptées. Les divergences tiennent à la façon dont les entreprises répondent aux problématiques des CCAP. Ainsi le souhait de proposer une offre de massification des flux en entrée de ville suppose, parmi les enquêtés, le recours à des règles classiques que les offres a) ne mobilisent pas : les outils, lieux et acteurs de la massification, la sous-traitance en cascade, les poids-lourds.

Pour l'offre de type a) on peut retrouver certaines pratiques propres aux PME du transport : de la souplesse et une inscription moindre dans les process industriels, du transport de proximité, du relationnel avec les clients. Là aussi ces principes choisis sont plus marqués. Pour D, E et G, le périmètre de transport est limité à 50 km, les chargeurs ciblés sont uniquement des producteurs artisans transformateurs locaux, dont les marchandises sont prises en charge en lot complet, soit depuis la ferme, soit depuis la plateforme s'ils préfèrent réaliser les 1^{ers} kms. Le pendant, c'est sans doute une plus grande difficulté à atteindre leur modèle économique et une plus grande sensibilité à la concurrence (de grands groupes de transport, de grossistes, de structures d'insertion positionnées sur les mêmes marchés et ayant accès aux groupements de producteurs). Ainsi, parmi les 8 entreprises ciblant les CCAP identifiées au préalable, 3 non structures qui s'inscrivent dans l'offre de type a)² ont fermé leurs portes.

Conclusion / discussion

L'analyse théorique des chaînes des CCAP, appuyée par la littérature, montre que les promesses de différences des systèmes productifs alternatifs impactent les chaînes logistiques et leurs fondements, via la valorisation d'une fonction logistique vecteur de proximités (géographiques et relationnelles). Parler de la fonction logistique comme vecteur de proximités se présente dès lors comme une critique du modèle logistique dominant, conçu ou promu comme vecteur de mondialisation (Masson, Petiot, 2013). En s'inscrivant dans les travaux de Le Velly (2017), dès lors que des logistiques vecteurs de proximités se mettraient en place, on pourrait alors énoncer l'existence,

² Ces entreprises n'ont pas pu être enquêtées. Les informations publiques disponibles sur internet permettent de les inscrire dans l'offre de type a).

au sein des systèmes productifs alternatifs, d'une ou de logistiques alternatives. Ce serait alors l'analyse des actions mises en place et leur évaluation qui permettrait d'estimer si les promesses de différence aboutissent aux bénéfices attendus et si ces fonctions logistiques se conventionnalisent ou non.

Dans un contexte où les promesses de différences des SAT semblent ne pas avoir été satisfaites d'un point de vue logistique, l'émergence d'offres de transport dédiées aux CCAP peut tout à la fois illustrer de l'intérêt d'un déploiement de solutions logistiques conventionnelles (augmentation des taux de remplissages, réduction des coûts etc.) et/ou illustrer de l'intérêt d'un renouvellement du secteur du transport via des formes hybridées de transfert de flux, fondées sur des valeurs nouvelles, par exemple, non centrées exclusivement sur les bénéfices économiques (Raton et al., 2020).

En ciblant les prestataires de services logistiques, cette étude montre que : 1. La mise en place de prestations de transport au sein des CCAP peut être garante des souhaits ou valeurs de proximité des producteurs, transformateurs ou artisans (pour l'offre a), d'un point de vue géographique comme relationnel ; 2. Que la construction d'une offre visant à structurer des logistiques locales favorables aux systèmes alimentaires dans leur entier, dilue le niveau de confiance et de service, mais favorise l'augmentation des taux de remplissage des véhicules et peut-être à termes le bilan carbone du transport de ces circuits ; 3. Que ces offres de transport de proximités ne sont pas l'apanage d'entreprises de l'écosystème des CCAP et que quelques grands groupes s'y inscrivent déjà.

Les entretiens ont néanmoins montré que les enquêtés situent les enjeux de leurs activités dans des domaines distincts. Les grands groupes sont mus par 2 grands enjeux : faire évoluer leur offre en fonction des modes de production/consommation actuels et à venir et faire évoluer leurs équipements pour mettre en œuvre la décarbonation du transport. Les entreprises de transport qui ciblent les CCAP sont mus par des enjeux de relocalisation des systèmes alimentaires, qui passent par, certes des préoccupations pour la décarbonation du transport, mais aussi et surtout par la mise en œuvre de la réduction des *foods miles*, de meilleures conditions de travail des agriculteurs, transformateurs et artisans de l'alimentaire et par des réponses aux enjeux de relocalisation alimentaire.

Si la relocalisation des activités n'est pas un élément de langage des grands groupes enquêtés, les discours montrent que les CC ou les CP peuvent très bien intégrer leurs offres à court ou moyen termes. L'offre de transport de colis du producteur au consommateur en est un exemple : il s'agit d'une offre couvrant le marché alors peu développé du transport frigorifique du dernier km et du BtoC, dans un contexte d'essor du e-commerce ; elle correspond néanmoins au souhait d'offrir une solution de livraison permettant aux producteurs de se passer d'intermédiaires. En ce sens, cette offre de transport s'inscrit totalement dans les fondements des CC, avec néanmoins les process et la normalisation permettant l'efficacité des transferts de flux (cahiers des charges, demande précise de colirage en amont etc.) et peu de proximité relationnelle. De même, l'intérêt perçu des grands groupes enquêtés pour une demande potentielle de réduction des *foods miles*, pourrait être rapidement mise en œuvre, ceux-ci pouvant s'appuyer sur un réseau et un maillage déjà existant, qu'il reste néanmoins à valoriser pour son potentiel local. C'est sans doute chez les entreprises spécialisées dans l'alimentaire que ces évolutions sont le plus à suivre, celles-ci se présentant comme les plus au courant des mutations en cours. Pour les autres, il semble que le levier d'action se présente comme réglementaire : un enquêté précise que l'ajout de crédits à la réduction des émissions, lorsqu'un quota de flux de produits commercialisés en CCAP est atteint serait pour lui le meilleur levier pour introduire davantage de proximités dans ses plans de transport.

Le transfert de flux de marchandises des CCAP pouvant être réalisé aussi bien dans le cadre de prestations de transport classiques (les produits des CCAP actuellement dans les camions des grands groupes de transport enquêtés par exemple) ou relever d'une offre adaptée vectrice des fondements de proximité souhaités (type a ou b), il semble que l'intérêt de la notion de *logistique alternative* soit à trouver ailleurs. En partie fondée sur la critique des process industriels manquant de souplesse et d'interconnaissance, les offres de transport dédiées aux CCAP enquêtés illustrent d'une volonté de

renouveler les liens entre chargeurs et prestataires. Pour l'offre a) cela passe par l'évitement des sous-traitances en cascade, la valorisation du conseil aux organisations logistiques plutôt que la commission de transport, la valorisation d'un haut niveau de service basé sur des conditions de travail partenariales propres aux valeurs de ces circuits. Or, la sous-traitance est très répandue dans les entreprises de transport. Elle permet de réduire les coûts mais engendre des rapports de dépendances et de domination importants entre prestataires et entre prestataires et chargeurs (Harnay, Cruz, Dablanç 2014). La notion de *logistique alternative*, appliquée ici aux systèmes alimentaires alternatifs, se présente alors intéressante par le fait qu'elle vise, là encore, la remise en question des rapports de force, mais cette fois-ci plus seulement entre producteurs et acteurs de l'agro-industrie ou de la grande distribution, mais ceux propres au secteur du transport.

Les résultats de cette étude exploratoire ne permettent pas d'identifier si les nouvelles offres renouvellent le secteur des transports, par contre, certaines en affichent l'objectif : réduction des intermédiaires, et des sous-traitances en cascades, amélioration du bien-être au travail via la valorisation des denrées acheminées et l'implication dans le respect du travail des producteurs en amont et aval, accompagnement et valorisation de plusieurs formes de proximités (spatiale, relationnelle, fonctionnelle, organisée, cognitive).

Bibliographie

- Ademe. 2012. Les Avis de l'ADEME, Les circuits courts alimentaires de proximité, Avril 2012– 4 p.
- Ademe. 2017. Les Avis de l'ADEME, Alimentation. Les circuits courts de proximité, Juin 2017 - 8 p.
- Aubry C. Chiffolleau Y. 2009. Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine : histoire, évolution en cours et questions actuelles, *Revue Innovations Agronomiques* (2009) 5, 53-67
- Blanchet A. Gotman A. 2012. L'enquête et ses méthodes. L'entretien. Armand Colin. 2e ed. 126 p.
- Blanquart C. Gonçalves A. Raton G. Vaillant L. 2015. *Vecteurs et freins d'une logistique plus durable dans les circuits-courts : le cas du Nord-Pas-de-Calais*. 52^e colloque ARSDFL, 7-9 juillet 2015, Montpellier, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01176784/document>
- Boutry O. Ferru M. 2016. « Apports de la méthode mixte pour une analyse globale de la durabilité des circuits courts », *Développement durable et territoires* Vol. 7, n°2 | Juillet 2016, [developpementdurable/11336](https://doi.org/10.4000/developpementdurable.11336) ; DOI : <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.11336>
- Cassiere F. Noireaux V. Edzengte J. 2021. La construction d'une infrastructure logistique : objet-frontière dans les circuits de proximité, *Logistique & Management* Volume 29, 2021 - Issue 4: Numéro spécial « Rencontres internationales de la recherche en logistique 2020 », Pages 241-251
- Chaffotte L. Chiffolleau Y. 2007. Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions, typologie, *Les cahiers de l'observatoire C.R.O.C*, n°1, 8 p.
- Chiffolleau Y. Dourian T. 2020. Sustainable Food Supply Chains: Is Shortening the Answer? A Literature Review for a Research and Innovation Agenda, *Sustainability* (vol. 12, n. 23, December 2020), pp 1-21
- Combes F. 2018. "Transport de marchandises et logistique : performance, impacts, structure des coûts", HDR Université Paris-Est, septembre 2018
- Damien M.M. 2010. Dictionnaire du transport et de la logistique, 3e édition, Dunod, 594 pages
- Denéchère F. Durand G. Maréchal G. 2008. Systèmes alimentaires territorialisés : les circuits courts comme vecteurs de développement territorial In Maréchal G. (Ed.), *Les circuits courts alimentaires, Bien manger dans les territoires*, Educagri, Dijon, 161-174.
- Deverre C. Lamine C. 2010. "Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales", *Économie rurale*, vol. 317, n° 3, p. 57-73.

- Diamond A. Barham J. 2011. Money and mission: moving food with value and values. *J Agric Food Syst Community Dev* 1 (4), 101–117.
- Edwards-Jones, G. Milà Canals, L. Hounsome, N. Truninger M. Koerber G. Hounsome N. Truninger, M. Hounsome B. Cross, P. York E.H. Hospido A. Plassmann K. Harris I.M. Edwards R.T. Day G.A.S. Tomos A.D. Cowell S.J. Jones D.L. 2008. Testing the assertion that “local food is best”: the challenges of an evidence-based approach. *Trends Food Sci Technol* 19, 265–274.
- Goodman D. DuPuis M. Goodman M. 2012. *Alternative food networks. Knowledge, practice and politics*, London, Routledge.
- Gonçalves A. 2013. La performance des organisations logistiques des circuits courts de distribution. Une analyse des déterminants et leviers d’amélioration, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université Lille 1 Sciences et Technologies, 434 p
- Harnay Pétronille, Cecilia Cruz, Laetitia Dablanc. La sous-traitance de la messagerie urbaine : logiques économiques et rapports de dépendance. *Socioéconomie du travail (série AB d’Economies et Sociétés)*, 2014, vol. 48 (36). hal-01314887
- Holloway L. Kneafsey M. Cox R. Venn L. Dowler E. Tuomainen H. 2007. Beyond the ‘alternative’–‘conventional’ divide? Thinking differently about food production–consumption relationships, in: D. Horst M. Ringstrom E. Tyman S. Ward M.K. Werner V. Born B. 2011. Toward a more expansive understanding of food hubs. *J Agric Food Syst Community Dev* 2 (1), 209–225.
- Kulak, M. Nemecek, T. Frossard, E. Chable V. Gaillard G. 2015. Life cycle assessment of bread from several alternative food networks in Europe. *J Clean Prod* 90, 104–113.
- Lambert R. 2022. Le court, ennemi de la proximité ? Approche logistique des approvisionnements de la restauration collective publique en produits alimentaires locaux. *Cahiers de la logistique, Circuits courts alimentaires*, 3, pp.1-14. hal-03907822
- Le Velly R. 2018. Des systèmes agricoles et alimentaires « alternatifs » ? So what, Policy Brief n°8, Chaire UNESCO Alimentations du Monde
- Le Velly R. 2017. *Sociologie des systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence*, Paris, Presses des Mines, 200 p., ISBN : 9782356714435.
- Le Velly R. 2016. La promesse de différence des systèmes alimentaires alternatifs : la place du projet dans la structuration de l'action collective, XVIe Rencontres du Réseau interuniversitaire de l'économie sociale et solidaire, Montpellier, 25 au 27 mai 2016
- Le Velly R. Dufeu I. Le Grel L. 2016. « Les systèmes alimentaires alternatifs peuvent-ils se développer commercialement sans perdre leur âme ? Analyse de trois agencements marchands », *Économie rurale* [En ligne], 356 | novembre-décembre 2016, mis en ligne le 01 novembre 2018, URL : <http://economierurale.revues.org/5046> ; DOI : 10.4000/economierurale.5046
- Le Velly, R.L. Dubuisson-Quellier S. 2008. Les circuits courts entre alternative et hybridation. *Educagri*, p. 105. <https://doi.org/10/document>
- Li M. Jia N. Lenzen M. Malik A. Wei L. Jin Y. 2022. Global food-miles account for nearly 20% of total food-systems emissions », *Nature Food*, 3, pp 445–453
- Loudiyi S. Houdart M. 2019. L’alimentation comme levier de développement territorial ? Réflexions tirées de l’analyse processuelle de deux démarches territoriales. *Économie rurale*, 367, 29-44
- Malak-Rawlikowska, A. Majewski, E. Was A. Borgen, S.O. Csillag, P. Donati, M. Freeman, R. Hoàng, V. Lecoœur, J.-L. Mancini, M.C. Nguyen, A. Saïdi, M. Tocco B. Török, Á. Veneziani M. Vittersø, G. Wavresky, P. 2019. Measuring the Economic, Environmental, and Social Sustainability of Short Food Supply Chains. *Sustainability* 11 (15), 1–23.

- Manikas I. Malindretos G. Moschuris S. 2019. A community-based Agro-Food Hub model for sustainable farming. *Sustainability* 11 (4), 1–17.
- Martikainen A, Niemi P. Pekkanen P. 2014. Developing a service offering for a logistical service provider-Case of local food supply chain. *International Journal of Production Economics*. 157 (C), 318–326.
- Masson S. Petiot R. 2013. Logistique et territoire : multiplicité des interactions et forces de régulation, *Géographie, économie, société*, 2013/4 (Vol. 15), pp 385-412.
- Mariola M. 2008. The local industrial complex? Questioning the link between local foods and energy use. *Agric Human Values* 25 (2), 193–196.
- Maye D. Holloway L. and Kneafsey M. 2007. Introducing alternative food geographies, in: D. Maye, L. Holloway and M. Kneafsey (eds) *Alternative Food Geographies: Representation and Practice*. Oxford: Elsevier, pp. 1–20.
- Maye L. Holloway and M. Kneafsey (eds) *Alternative Food Geographies: Representation and Practice*. Oxford: Elsevier, pp. 77–93
- Michel-Villarreal, R.; Hingley, M.; Canavari, M.; Bregoli, I. Sustainability in Alternative Food Networks: A Systematic Literature Review. *Sustainability* 2019, 11, 859. <https://doi.org/10.3390/su11030859>
- Mundler P. Rumpus L. 2012. The energy efficiency of local food systems: a comparison between different modes of distribution. *Food Policy* 37 (6), 609–615.
- Murdoch J. Marsden T. Banks J. 2000. "Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector", *Economic Geography*, vol. 76, n° 2, p. 107-125.
- Naves P. 2016. L'encadrement des circuits courts. Du secteur agricole aux territoires ?, *Économie rurale* 355 | septembre-octobre, URL : <http://economierurale.revues.org/4978>
- Noireaux V. Ralet P. 2019. « Difficultés des canaux de distribution alimentaire en territoire rural : l'importance du leader », *Économie rurale*, 369 | Juillet-septembre, 6918
- Paciariotti C. Torregiani F. 2021. The logistics of the short food supply chain: A literature review, *Sustainable Production and Consumption* 26 (2021) 428–442
- Paloviita, A. 2010. Consumers' Sustainability Perceptions of the Supply Chain of Locally Produced Food". *Sustainability* 2 (6), 1492–1509.
- Praly, Chazoule, Delfosse, Mundler. 2014. Les circuits de proximité, cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires, *revue GES*, 455-478 pp.
- Raimbert C. Raton G. 2023. Faire territoire alimentaire : les dispositifs de gouvernance des collectifs logistiques comme amorce de coordination territoriale ? *Revue Géographie, Économie, Société* 25 (2023) 207-232, <https://ges.revuesonline.com/article.jsp?articleId=43948>
- Raimbert C. Raton G. 2021. « Collectifs logistiques et territoires dans les circuits courts alimentaires de proximité : la robustesse de la coopération analysée au prisme des communs », *Développement durable et territoires*, Vol. 12, n°1 | Mai 2021
- Raimbert C. Raton G. Delabre M. Tellier C. Vaillant L. 2019. *Concevoir des organisations logistiques collectives et intelligentes pour les circuits courts alimentaires. Méthodes et mise en pratique*, Projet COLCICCA, CEREMA/IFSTTAR/Chambre d'Agriculture des hauts de France/ Région Hauts-de-France, 39 p. <https://www.logicout.fr/couts/ressources/>
- Raton G. Grossiord B., Morizot F. 2024. Mutualisation du transport entre acteurs des circuits courts. Aspects règlementaires et mise en œuvre, *RMT Alimentation Locale*, 22 p.

Raton G. 2023. Les circuits alimentaires courts ou de proximité : de la complexité logistique à la coopération logistique, Revue multitude - Dossier Majeure sur Agriculture et Alimentation - Les Bifurcations, n°92 Automne 2023

Raton G. Gonçalves A. Gaillard L. Wallet F. 2020. Logistique des circuits courts alimentaires de proximité : état des lieux, nouveaux enjeux et pistes d'évolution, RMT Alimentation locale, 69 p, <https://www.rmt-alimentation-locale.org/post/logistique-%C3%A9tat-des-lieux-logistique-des-cha%C3%A9nes-courtes-de-proximit%C3%A9>

Raton G. Vaillant L. M'Balla J. Bouchez P. Lesnard S. Anxionnaz J. Rios M. 2019. Organisations Logistiques Intelligentes des Circuits courts en vallée de Seine, rapport OLICO-Seine, ADEME, 245 p.

Raton G. Gonçalves A. Vaillant L. Blanquart C. Loeuilleux P. Tellier C. 2015. *Alternatives logistiques pour les circuits courts en Nord-Pas-de-Calais*, Rapport final ALLOCIRCO, IFSTTAR, Chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais, Région Nord-Pas-de-Calais, 276 p.

Renting H., Marsden T. K., Banks J., 2003. Understanding Alternative Food Networks: exploring the Role of Short Food Supply Chains In Rural Development. *Environment and Planning* 35 (3), 393-411.

Rizet C. Browne M. Léonardi J. Allen J. Piotrowska M., *et al.* 2008. Chaînes logistiques et consommation d'énergie : cas des meubles et des fruits et légumes. 2008, 167p.

RMT Alimentation locale, Open Food France, CERD, Bordeaux Sciences Agro, Fitzjean A. 2024. Modélisation juridique d'un circuit court. Comprendre et choisir le modèle qui vous correspond. <https://www.rmt-alimentation-locale.org/post/mod%C3%A9lisation-juridique-d-un-circuit-court-comprendre-et-choisir-le-mod%C3%A8le-qui-vous-correspond> 20 p.

Vaillant L. Raimbert C. Raton G., Delabre M., Lagarde O., Tellier C. 2019. COLCICCA : Concevoir des Organisations Collectives et Intelligentes pour les Circuits Courts Alimentaires, Rapport final de recherche, CEREMA, Université Gustave Eiffel, Chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais, Lille, 152 p.

Annexe 1 - Guide d'entretien - Entreprises de transport

Thème 1 : identité du répondant

Quelle est votre poste au sein de l'entreprise ? Quelles sont vos fonctions principales ? Qu'est-ce que vous a attiré le plus vers ce métier ?

Thème 2 : histoire de l'entreprise/de l'agence

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots l'histoire de l'agence/ou de l'entreprise ?

Thème 3 : identité de l'entreprise, activités de l'entreprise

Quelle est l'activité principale de l'entreprise ?

Transport Logistique Insertion Autre :

L'entreprise a-t-elle d'autres activités (« secondaires ») ?

Transport Logistique Insertion Autre :

Relances Quelle est la part du transport dans les activités de l'entreprise ?

Concernant le transport, l'entreprise possède-t-elle sa propre flotte de véhicule ? pouvez-vous préciser ? (Achat ou location)

Concernant le transport, l'entreprise fait-elle réaliser le transport par d'autres entreprises (sous-traitant) ?

Si oui, savez-vous si ces entreprises délèguent-elles mêmes des activités à d'autres ?

Concernant le transport, l'entreprise agit-elle comme organisateur du transport ? pouvez-vous préciser ? (si besoin : êtes-vous commissionnaire de transport ou affréteur, c'est-à-dire que vous réalisez le transport, sans l'exécutez vous-même, vous l'organisez, qui vous assurez que le service est de qualité, qui le coordonnez et en avez la responsabilité)

L'entreprise met-elle à disposition ses propres véhicules ou transporteurs ? Si oui, à qui ?

Relance Dans votre entreprise, la gestion de la main d'œuvre est-elle internalisée ? Pouvez-vous expliquer le fonctionnement et la raison de ce fonctionnement ?

Gestion externalisée de la main d'œuvre

Gestion internalisée de la main d'œuvre

Relance : Qu'avez-vous du faire comme choix en termes de main d'œuvre ? J'imagine qu'il y a aussi de l'intérim pour le travail en entrepôt ?

Concernant la logistique, quels sont les services proposés ? L'entreprise réalise-t-elle des activités de manutention ? pouvez-vous préciser lesquelles ?

Stockage Entreposage Préparation de commande / picking Conditionnement

Autres :

Thème 4 : organisation du transport de produits alimentaires

Quelle votre organisation du transport ? (en général)

Le transport est réalisé d'un point A à B en trace directe

La mutualisation en livrant plusieurs clients par un même conducteur

Passage par des plateformes/agences comme pour les entreprises de messagerie

Lot partiel ou complet

Lot complet : le taux de chargement du camion est maximum et appartient à un seul client

Lot partiel : la marchandise transportée dans un camion est composée de petites cargaisons, appartenant à plusieurs clients

Autres

et concernant uniquement le transport de marchandises alimentaires ?

Vous avez un plan de transport régulier (vs change toutes les semaines) ?

Hebdo journalier

Vous vous organisez comment ? Qui organise ? et pour qui ? Quelles sont les grandes étapes de l'organisation d'un plan de transport dans votre entreprise ?

Thème 5 : périmètre géographique

Quelle est le périmètre géographique d'intervention de l'entreprise concernant uniquement le transport de marchandises alimentaires ?

National International Régional : Local : Autre :

Comment en êtes-vous arrivé à couvrir ce périmètre ? (**relance si plusieurs périmètres**)

En termes de transport de produits alimentaires, il s'agit majoritairement de transport

Inter-urbain Intra-urbain Les deux Autre :

Relances : Qu'est-ce qui définit les limites de l'espace desservi ?

Thème 6 : clientèle / marchandises

Quels sont les types de marchandises que votre entreprise transporte ou fait transporter ?

Industrie textile alimentaire sec alimentaire à température dirigée

Autres :

Vrac : céréales ; transport animaux vivants

Matières dangereuses : huiles alimentaires

Relance : rien d'alimentaire, pas même de l'huile ? animaux ?

Quelle est la part des marchandises alimentaires dans vos activités de transport ?

Qui sont vos principaux clients ?

Quelles sont leurs points communs ? (Taille de l'entreprise, type de marchandises, localisation, etc.)

Comment vous accédez à vos clients ?

Procédures Appel d'offre

Démarchage client Contacté par les clients Autres

Thème 7 : clientèle de type trace directe, proximité ou sans rupture de charge

Est-ce que votre entreprise/agence peut répondre à des besoins de transport depuis des zones rurales ? des zones enclavées ?

Vous arrive-t-il de réaliser de la ramasse de marchandises dans des fermes ?

Savez-vous quelle est la taille de ces fermes ?

Réalisez-vous de la collecte de marchandises pour des volumes inférieurs à la palette ?

Si oui, Pour quelle raison ? Si non, Est-ce que votre entreprise l'envisage ?

Réalisez-vous de la collecte de marchandises pour la restauration collective ?

Si oui, Votre entreprise/agence a-t-elle des contacts avec les collectivités ? sur quels thèmes principaux ?

Si non, Est-ce que votre entreprise l'envisage ?

Thème 8 : Définition des circuits courts

A titre personnel, avez-vous déjà entendu parler des circuits courts alimentaires ?

Dans votre entreprise, au quotidien, ce terme est-il souvent employé ? **Relance : à votre avis, pourquoi est-il souvent/peu approprié ?**

Quel est le sens que vous donnez au terme « circuit court » ?

National Local Régional Limité en nombre d'intermédiaire

Autre :

A titre personnel, avez-vous déjà entendu parler des circuits de proximité ?

Dans votre entreprise, au quotidien, ce terme est-il souvent employé ?

Quel est le sens que vous donnez au terme « circuit de proximité » ?

National Local Régional Limité en nombre d'intermédiaire

Autre :

D'après le Ministère de l'Agriculture, Les circuits courts alimentaires correspondent à des circuits de commercialisation avec un seul intermédiaire au maximum. La commercialisation se fait en vente directe du producteur au consommateur (vente à la ferme par exemple), ou via 1 intermédiaire, mais un intermédiaire maximum (une épicerie par exemple).

On parle aussi de « circuits courts de proximité », qui sont des circuits courts qui impliquent le respect d'une certaine distance entre producteur, intermédiaire et consommateurs. Celles-ci ne sont pas précisées, on parle de « local », sans systématiquement indiquer un nombre de km maximum. Dans la grande distribution, on parle de produits régionaux par exemple, alors que sur les marchés de vente directe ou de produits locaux.

Thème 9 : Perception des flux de marchandises alimentaires en CCAP + caractéristiques attribuées

Selon vous, est-ce qu'il y a dans vos véhicules des marchandises commercialisées en circuit court ?

Comment sont traités les flux de marchandises en circuit court dans votre entreprise ? Avez-vous une idée du volume / de la part des marchandises en circuit court dans le chiffre d'affaires ?

Circuit court :

Circuit de proximité :

Est-ce que quantifier les flux issus des circuits courts serait/est utile pour votre entreprise/agence ?

Circuit court :

Circuit de proximité :

A votre avis, comment peut-on identifier des marchandises en circuit court ou de proximité dans un véhicule ou un quai de chargement ?

Circuit court :

Circuit de proximité :

Etiquette adresse de départ/destination Taille du colis nom du client

Type de client (type de destinataire ou type de client pour la ramasse)

Autre :

Est-ce des questions que vous avez déjà dû vous poser ?

Si oui, dans quel contexte, pourquoi ?

Thème 10 : Positionnement sur ce marché, stratégie, offre proposée + analyse de l'offre

Les acteurs qui commercialisent des produits en circuit court sont-ils des clients potentiels pour vous ? Pourquoi ?

Avez-vous démarché ou été démarché récemment par ce type d'acteurs ? Dans quel contexte, par qui ? Combien de fois ? **Relance (demander de donner un exemple ?)**

- ❖ Si non, pouvez-vous me donner un exemple de circuit court dont vous auriez entendu parlé dans votre vie personnelle ?

Quelles sont, selon vous, les grands défis à relever pour votre entreprise dans les années à venir ?

Quelles seraient les nouveaux domaines à investir ?

Qualité environnementale du transport **Niveau de service ...** **Autre**

Quelles sont, selon vous, les prochains marchés à investir ?

- ❖ Si vous avez déjà été contacté par un acteur des circuits courts ou de proximité, Pourriez-vous me donner le nom d'un client, susceptible de commercialiser des produits en circuit court ?

Que percevez-vous de leur demande de transport ? Comment qualifiez-vous cette demande de transport ?

Est-elle distincte des autres demandes ? En quoi ?

Conditionnement **adresse de départ/destination** **Taille du colis**

Type de client (type de destinataire ou type de client pour la ramasse)

Autre :

Proposez-vous actuellement un service qui correspond à cette demande de transport ? Si oui, lequel ?

Si non, Pensez-vous le faire ? Pourquoi ? Quelles sont les défis à relever ? les difficultés ? Quelles sont les atouts ? les opportunités commerciales ? Quels sont les interlocuteurs qui peuvent vous aider/accompagner dans cette démarche ?

Thème 11 : modèle social

Quelle est le statut juridique de votre entreprise ?

y-a-t-il un responsable qualité, RSE, une charte sociale au sein de l'entreprise ?

Quels sont les types de contrats majoritaires de vos salariés ?

CDD **CDD** **Intérim** **Contrat de sous-traitance** **Autre**

Pourquoi ?

Votre entreprise a-t-elle un Agrément ESUS (Entreprise solidaire d'utilité sociale) ? Pour quelle raison avez-vous fait ce choix ?

Comment définissez-vous, personnellement, l'utilité sociale du métier de transporteur ?