HAL
open science

Nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture, le cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône

Cécile Praly

To cite this version:

Cécile Praly. Nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture, le cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. Géographie. Université Lumière - Lyon II, 2010. Français. NNT : . tel-00617137

HAL Id: tel-00617137

https://theses.hal.science/tel-00617137

Submitted on 26 Aug 2011

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.

Université Lumière Lyon 2

Ecole Doctorale Sciences Sociales (ED 483)
Laboratoire d'Etudes Rurales (EA 3728-Usc INRA 2024)

Nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture

Le cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône

Thèse de Doctorat en Géographie, Aménagement et Urbanisme

par Cécile PRALY

Sous la direction de Claire DELFOSSE et Jean PLUVINAGE

Soutenue publiquement le 30 juin 2010, devant un jury composé de :

Carole CHAZOULE, Agro-Economiste, ISARA-Lyon – LER Université de Lyon 2, Invitée.
Claire DELFOSSE, Professeur de Géographie, LER Université de Lyon 2, Co-directrice.
Claudine DURBIANO, Professeur émérite de Géographie, UMR TELEMME Université de Provence, Rapporteur.
Bernard PECQUEUR, Professeur d'Aménagement-Urbanisme, PACTE Université Joseph Fourier de Grenoble, Président.
Jean PLUVINAGE, Economiste (DR), INRA – LER Université de Lyon 2, Co-directeur.
Laurent RIEUTORT, Professeur de Géographie, CERAMAC Université Blaise Pascal de Clermont-Ferrand, Rapporteur.

A toutes les personnes qui m'ont ouvert leurs portes
et fait part de leurs connaissances…

« Le réel est aussi complexe et changeant que les méthodes de recherche destinées à mieux le comprendre sont grossières et rigides. Nous ne l'appréhendons de mieux en mieux que par touches successives et imparfaites qui demandent sans cesse à être corrigées. En ce sens, un progrès de la connaissance n'est jamais autre chose qu'une victoire partielle et éphémère sur l'ignorance. »

Quivy et Campenhoudt, 2006, p. 135

Remerciements

Je tiens d'abord à remercier Claudine Durbiano, Bernard Pecqueur et Laurent Rieutort qui m'ont fait l'honneur d'être les rapporteurs et président du jury. Ma gratitude va également à l'équipe encadrant la thèse, Carole Chazoule, Claire Delfosse et Jean Pluvinage. Leur co-direction fut extrêmement riche, à la croisée entre Géographie et Economie, toujours rigoureuse et juste. Les remises en question et les encouragements m'ont accompagnée pendant ces cinq années.

Ce travail n'aurait pu avoir lieu sans la confiance et le soutien de toute l'équipe de l'ISARA-Lyon et du Laboratoire d'Etudes Rurales. Je pense tout spécialement à Patrick Mundler, à Benoît Sarrazin pour son appui en Système d'Information Géographique, aux collègues doctorants pour le partage et l'entraide (Clément, Fabien, Perrine, Delphine, Yvan, Pascal, Jean-François…), à Pierre Caritey pour sa précieuse collaboration et ses minutieuses relectures.

Evidemment, je remercie chaleureusement toutes les personnes que l'on appelle « du terrain », rencontrées et re-rencontrées au cours de ces années de recherche. Leur collaboration et leur passion pour l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône m'ont apporté l'énergie nécessaire pour conduire ce travail jusqu'au bout. Je citerai les principaux partenaires, Pierre Bocquet, Alexandre Vial, Aurélie Duperray, Isabelle Ladet, Jacques Deplace, sans oublier les arboriculteurs et autres professionnels dont je tairai le nom par respect de la confidentialité. Ils se reconnaîtront.

Il serait trop long d'évoquer toutes les personnes rencontrées au cours de ces cinq années, qui ont toutes contribué, à leur manière, à l'aboutissement de cette thèse. Je pense aux collègues, chercheurs ou étudiants, pour leurs apports scientifiques glanés au fil des conversations, à Alain Coustaury pour ses clichés anciens et aériens de la Moyenne Vallée du Rhône, au service de documentation de la Chambre d'agriculture de la Drôme, etc. Le soutien des amis fut également précieux. Je tiens aussi à exprimer ma reconnaissance envers tous ceux qui m'ont fait une place sous leur toit pendant cette période, Josselyn, Fanny, Céline et Mathieu, et un grand merci à Marie-Thérèse et Jean-Pierre Praly qui m'ont recueillie en période difficile.

Enfin, je veux dire toute ma gratitude à ma famille, qui m'a soutenu sans faillir pendant ces longues années, en acceptant mes trop nombreuses absences, en assurant le gîte et le couvert dans les périodes d'écriture. En particulier, un immense merci à Mikaël, pour son soutien moral et matériel digne d'un directeur sportif !

Sommaire

REMERCIEMENTS **4**

SOMMAIRE **5**

INDEX DES SIGLES UTILISES **7**

INTRODUCTION **10**

PREMIERE PARTIE - L'ARBORICULTURE DE LA MOYENNE VALLEE DU RHONE, DE LA CONSTRUCTION DU BASSIN DE PRODUCTION A SES REMISES EN QUESTION **40**

Chapitre 1 : Le bassin de production en 2006, une logique organisationnelle pour valoriser la diversité de la production **41**
I. La filière arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône 42
II. Un espace et des arboricultures diversifiés 67
III. Une logique de fonctionnement : valoriser la diversité en l'assemblant pour l'expédition 84

Chapitre 2 : La construction du bassin de production pour l'expédition **98**
I. Emergences locales de production fruitière pour l'expédition (1900-1950) 99
II. Structuration politico-administrative du bassin de production pour l'expédition (1950-1980) 115
III. De l'expansion du bassin à la délocalisation des productions (1980-1990) 128

Chapitre 3 : Un bassin de production en tension entre dilution et morcellement territorial (1990-2009) **134**
I. Dilution du bassin de production-expédition dans la filière française : tension centrifuge 135
II. Morcellement territorial par les initiatives de différenciation : tensions centripètes 150
III. La rencontre entre tensions centrifuges et centripètes : immobilisme et conflits dans le bassin de production 166

DEUXIEME PARTIE STRATEGIES DE VALORISATION DES ARBORICULTEURS, ENTRE CIRCUITS D'EXPEDITION ET CIRCUITS DE PROXIMITE **182**

Chapitre 4 : Typologie des stratégies de valorisation des exploitations **184**
I. Cinq profils-types de stratégie de valorisation qui combinent différentes ressources 186
II. Les stratégies d'exploitation inscrites dans les circuits d'expédition 192
III. Les stratégies d'exploitation combinant circuits d'expédition et régionaux 205

Chapitre 5 : L'évolution des pratiques de commercialisation, entre relocalisation et territorialisation des circuits de vente **225**
I. L'évolution des pratiques de commercialisation au sein des exploitations 226
II. Des circuits régionaux plus rémunérateurs que l'expédition ? Etude de cas 234
III. La vente directe, une pratique qui favorise la territorialisation ? 253

Chapitre 6 : Approche des opérateurs intermédiaires des circuits de proximité **272**
I. Les grossistes et les petites IAA locales, opérateurs valorisant la « proximité » de la production 273
II. Les marchés de production, d'une fonction d'expédition à une fonction d'approvisionnement du marché de détail régional 284
III. Des consommateurs locaux et un marché à développer… des proximités à mieux valoriser 307

Chapitre 7 : Proximité production-consommation et collectivités territoriales, des enjeux convergents mais un partenariat difficile à construire 325
I. Deux grands types d'interventions des collectivités territoriales envers l'arboriculture 326
II. Des professionnels qui n'adhèrent que rarement aux projets des territoires 336
III. L'exemple de la dynamique Fruits-Territoires de la MFR d'Anneyron : analyse d'une action de médiation entre arboriculture et territoire 346

CONCLUSION GENERALE 364

BIBLIOGRAPHIE 386

TABLES DES ILLUSTRATIONS 395

TABLE DES MATIERES 400

ANNEXES 407

Index des sigles utilisés

AB : agriculture biologique
ADEAR : association pour le développement agricole et rural
AMAP : association pour le maintien d'une agriculture paysanne
ANEEFEL : association nationale des expéditeurs exportateurs de fruits et légumes
AREEFEL : association régionale des expéditeurs exportateurs de fruits et légumes
AOC : appellation d'origine contrôlée
AOP[1] : association d'organisations de producteurs
BEPA : brevet d'étude professionnelle agricole
BPA : brevet professionnel agricole
BRM : bassin Rhône-Méditerranée.
BTA : brevet de technicien agricole
CCI : chambre des commerces et de l'industrie
CCP : certification de conformité de produit
CCRV : communauté de communes Rhône-Valloire
CCVD : communauté de communes du Val de Drôme
CDOA : commission départementale d'orientation agricole
CDPRA : contrat de développement de pays Rhône-Alpes
CDRA : contrat de développement Rhône-Alpes
CEE : communauté économique européenne
CEMAGREF : institut de recherches en sciences et technologies de l'environnement (ancien centre d'études des machines agricoles, du génie rural, et des eaux et forêts)
CETA : centre d'étude des techniques agricoles
CFPPA : centre de formation professionnelle pour adultes
CGD : contrat global de développement
CIVAM : centre d'initiative pour valoriser l'agriculture et le milieu rural
CNRS : centre national de la recherche scientifique
CRA : chambre régionale d'agriculture
CREDOC : centre de recherche pour l'étude et l'observation des modes de vie
CROF : contrat régional d'objectif filière
CSF : comité stratégique fruits Rhône-Alpes
CTE : contrats territoriaux d'exploitation
CTIFL : centre technique interprofessionnel des fruits et légumes
DDAF : direction départementale de l'agriculture et de la forêt
DES : diplôme d'études de spécialité

[1] Le sigle AOP est également utilisé dans la littérature pour désigner une Appellation d'Origine Protégée. Pour éviter toute confusion, dans ce document nous utiliserons le sigle AOP uniquement pour désigner les associations d'organisations de producteurs, car c'est un terme que nous utilisons davantage.

DGCCRF : direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes

DIREN : direction régionale de l'environnement

EA : exploitation agricole

EARL : entreprise agricole à responsabilité limitée

EPCI : établissement public de coopération intercommunale

FDGEDON : fédération départementale de gestion et défense contre les organismes nuisibles

FDSEA : fédération départementale des syndicats d'exploitants agricoles

FEDER : fond européen pour le développement économique régional

FEOGA : fond européen d'orientation et de garantie agricoles

FNPF : fédération nationale des producteurs de fruits

FQC : filière qualité carrefour

FSS : formation socio-spatiale

GAEC : groupement agricole d'exploitation en commun

GD : grande distribution

GIE : groupement d'intérêt économique

GMS : grandes et moyennes surfaces

GSF : grandes surfaces du frais

GVA : groupement de vulgarisation agricole

HACCP : hazard analysis et critical control point

HDR : habilitation à diriger des recherches

IAA : industrie agroalimentaire

IG : indication géographique

IGP : indication géographique protégée

INRA : institut national de la recherche agronomique

INRA-SAD : institut national de la recherche agronomique – département science pour l'action et le développement

ISARA-Lyon : institut supérieur d'agriculture Rhône-Alpes de Lyon

JA : jeunes agriculteurs

JAC : jeunesse agricole chrétienne

LR : Languedoc-Roussillon

MDD : marque de distributeur

MFR : maison familiale et rurale

MIN : marché d'intérêt national

OCM : organisation commune de marché

OILB : organisation internationale de lutte biologique

OMC : organisation mondiale du commerce

OP : organisation de producteurs

OPA : organisation professionnelle agricole

PAC : politique agricole commune

PACA : Provence-Alpes-Côte-d'Azur

PAV : prix après vente

PFI : production fruitière intégrée
PIDA : programme intégré de développement agricole
PLM : Paris-Lyon-Marseille
PLU : plan local d'urbanisme
PSADER : projet stratégique agricole et de développement rural
PSDR : pour et sur le développement régional
PVC : point de vente collectif
RGA : recensement général agricole
SARL : société à responsabilité limitée
SAU : surface agricole utilisée
SCEA : société civile d'exploitation agricole
SEFRA : station expérimentale fruitières Rhône-Alpes
SICA : société d'intérêt collectif agricole
SIQO : signe officiel de la qualité et de l'origine
SMIC : salaire minimum interprofessionnel de croissance
SNM : service des nouvelles du marché
Sous-système PDC : sous-système production-distribution-consommation
SPL : système productif localisé
SYAL : système agroalimentaire localisé
TRIPS agreement : agreement on trade related aspects of intellectual property rights
UE : union européenne
UEEFEL-RA : union des expéditeurs exportateurs de fruits et légumes de Rhône-Alpes
UTA : unité de travail annuel
VD : vente directe

Introduction

La question de la valorisation territoriale des productions agricoles, entendue comme l'obtention d'une valeur ajoutée due à la valorisation économique de caractéristiques liées à l'espace d'origine de cette production, se pose aujourd'hui avec acuité aux acteurs des agricultures françaises et européennes concurrencées par les pays à faible coût de production. Dans ce contexte, leur marge de manœuvre est étroite : soit délocaliser la production dans les espaces à coûts avantageux, soit chercher à valoriser les interrelations existantes entre la production et son espace. La forme de valorisation territoriale la plus connue est celle qui associe des caractéristiques intrinsèques d'un produit à son origine géographique. C'est le cas des « produits de terroir »[2] et des démarches d'identification par un SIQO[3] (AOC/IGP) qui se multiplient en France. Plus généralement, la notion d'indication géographique[4] s'internationalise pour défendre les spécificités territoriales de certains produits agroalimentaires. Or, ces stratégies ne fonctionnent pas pour tous les produits, ni pour tous les territoires considérés.

Elles sont en effet mal adaptées au cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, qui ne correspond pas aux caractéristiques des produits dits de terroir. C'est une production diversifiée, multi espèces et multi variétés, modernisée, standardisée et située sur un espace de carrefours sans identité territoriale propre. En « crise » depuis 1992, cette activité centenaire, qui a fait la gloire des départements de la Drôme, de l'Ardèche et de l'Isère, est aujourd'hui menacée de disparition : 26% des vergers six espèces ont été arrachés entre 2000 et 2007[5]. Face à la concurrence internationale orchestrée par les groupes de la grande distribution, l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône n'est pas assez compétitive. Les vergers sont ainsi délocalisés vers le sud de la France et de l'Europe. Cette agriculture est-elle condamnée à disparaître de son espace d'origine ? Le contexte territorial de ce bassin de production ne peut-il offrir des ressources permettant de mieux valoriser les fruits ? et donc de maintenir une arboriculture économiquement viable dans la Moyenne Vallée du Rhône ?

Dès lors, la question posée ici suppose de dépasser le cadre de réflexion des produits de terroir : qu'en est-il des productions sans spécificité territoriale avérée ? N'étant pas adaptées aux formes de valorisation territoriale connues, sont-elles condamnées à une délocalisation vers des contrées à moindre coût de production, à l'instar de ce que l'on observe dans

---

[2] Le terme de terroir « *renvoie à des terres agricoles aux spécificités physiques (composition chimique, exposition, précipitations) précises, contrôlées et modifiées par un long travail humain. Le terroir, notion assez spécifiquement française, est donc conçu comme une coproduction sur la longe durée entre un lieu et le travail de plusieurs générations.* » (Alary et al., 2009, p. 663). Les produits de terroir se caractérisent par une typicité liée à leur terroir de production (Casabianca et al., 2005). Néanmoins, ce terme à la mode est souvent employé dans le même sens que produits locaux, produits régionaux, produits traditionnels, authentiques ou artisanaux (Alary et al., 2009, p. 664).

[3] Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine : Appellation d'Origine Contrôlée et Indication Géographique Protégée.

[4] La notion d'indication géographique (IG) est définie par un accord international (TRIPS agreement). Elle identifie un produit qui est originaire du territoire d'un des pays membres du TRIPS agreement, ou d'une région ou d'une localité de ce territoire, et dont une qualité donnée, une réputation ou une autre caractéristique de ce produit est essentiellement attribuable à cette origine géographique. La notion d'IG a fait l'objet d'un programme de recherche européen, visant à identifier et analyser les produits IG dans le monde. A ce propos, voir les résultats des travaux de recherche du réseau Siner-GI, coordonné par Bertil Sylvander, disponibles en ligne sur le site : www.origine-food.org.

[5] Pour les départements de la Drôme, de l'Ardèche et de l'Isère, le verger six espèces représentait 20 502 ha en 2000 pour seulement 15 209 ha en 2007 (agreste, RGA 2000 et enquête verger 2007). Le verger six espèces concerne les abricots, les cerises, les pêches-nectarines, les pommes, les poires et les prunes.

l'industrie ? L'analyse des liens existants entre une production et son espace géographique ne peut-elle être élargie pour envisager d'autres formes de valorisation territoriale ?

Genèse du sujet

Ce sujet s'inscrit dans la continuité d'une réflexion engagée sur la problématique économique de la filière fruits de la Moyenne Vallée du Rhône depuis 2002 par une équipe de recherche pluridisciplinaire. Le premier travail fut mené dans le cadre d'un programme PSDR II[6], coordonné par Jean Pluvinage de 2002 à 2005. Rassemblant des agronomes et des socio-économistes, ce projet s'est attaché à évaluer la possibilité d'une meilleure valorisation des fruits par leur qualité (Pluvinage et al., 2005). Les conclusions de ce travail montrent que la « qualité » des fruits est un paramètre éminemment variable et insaisissable, d'abord parce que les conditions techniques et agronomiques de son élaboration dépendent de nombreux aléas difficilement maîtrisables (la météo, le savoir-faire du producteur, la variété, etc.), ensuite parce que sa définition dépend des représentations des acteurs interrogés et de leurs stratégies de mise en marché. Cela conduit finalement à envisager la qualité des fruits non pas comme une donnée stable objectivable mais plutôt comme une variabilité qui est gérée de différentes manières selon les organisations de mise en marché[7]. A partir de ces résultats, deux nouvelles hypothèses de recherche ont été formulées. La première postulait qu'une organisation interrégionale, rassemblant les grands opérateurs de fruits d'été français, permettrait de valoriser au mieux les fruits de qualité standard sur les marchés nationaux et exports. La seconde postulait en revanche qu'une organisation territoriale serait adaptée pour valoriser la diversité des espèces et des qualités produites dans un même bassin de production sur un marché régional.

Cette seconde hypothèse a donné lieu à un programme de recherche porté par l'ISARA-Lyon et financé dans le cadre des projets Emergence[8] de la région Rhône-Alpes de 2005 à 2008, dans lequel s'inscrit cette thèse. Elaboré par Carole Chazoule, Jean Pluvinage et Claire Delfosse, il avait pour objectif « *d'interroger les différentes formes de qualification territoriale valorisantes possibles au sein d'une production encore très standardisée, industrielle et peu différenciée : la filière fruits rhône-alpine* »[9]. L'hypothèse centrale du projet postulait que l'efficacité économique était à trouver dans la reconnaissance d'une pluralité de formes de relations entre production et marché, donc d'une pluralité de qualifications à une pluralité d'échelles. Il s'agissait d'interroger les conditions d'émergence de ces nouveaux rapports entre productions, territoires et marchés, qui pourraient constituer une réelle voie de sortie de crise pour l'arboriculture régionale tout en transformant le modèle productif dominant[10].

---

[6] Programme Pour et Sur le Développement Régional, piloté par l'INRA et co-financé par l'INRA et les régions concernées.

[7] Ce résultat a donné lieu à une publication, dont nous détaillons les apports dans le chapitre 1(Dubuisson-Quellier et al., 2006).

[8] Les projets Emergence sont des appels d'offre pilotés et financés par la Région Rhône-Alpes, pour des programmes de recherche qui doivent être innovants, appliqués, construits en partenariat avec des acteurs socio-économiques.

[9] Réponse à appel à projet Emergence, 2005, p 3. Plus précisément, la question scientifique était fondée sur deux postulats, issus des enseignements du programme PSDR II. Le premier constatait que c'est l'inefficacité économique du modèle unique de qualification (modèle standard) qui est à l'origine des crises récurrentes de la filière. Le second considérait que la qualification par des démarches de SIQO ou par la vente directe demeurait réservée à des cas de niche.

[10] Pour reprendre précisément la question de recherche formulée dans la réponse à appel à projet Emergence : « *Quels seraient les conditions nécessaires au développement de coordinations (voire d'organisations) qui permettraient collectivement aux opérateurs économiques en concurrence de définir un territoire pour l'utiliser dans la valorisation différentielle de la pluralité des espèces et des qualités des fruits produits sur ce territoire ?* » p. 5-6.

Construction théorique de la recherche

C'est à la fois la dimension appliquée de ce sujet et le questionnement généralisable qu'il soulève qui m'ont donné envie de m'engager dans cette recherche. La manière dont je l'ai investie et construite à mon tour est exposée ici.

La dimension opérationnelle de la question de recherche fût mon fil directeur tout au long du cheminement de recherche. Au fil des observations, sa formulation est passée d'une question d'incantation « *Comment maintenir l'arboriculture économiquement viable dans son espace d'origine, la Moyenne Vallée du Rhône ?* » à une question de compréhension « *Comment font les acteurs de la filière pour rester économiquement viables dans leur espace d'origine ?* ». Bien qu'appliquée au cas particulier de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, cette interrogation rejoint les réflexions scientifiques actuelles concernant les enjeux de délocalisation/relocalisation des productions agricoles.

Plus précisément, elle revient à poser la question suivante : qu'est-ce qui, dans les interrelations existantes entre une production agricole et son espace géographique, peut permettre de soutenir ou valoriser la production afin de la maintenir économiquement viable dans son lieu d'origine ? C'est cette question qui a guidé la recherche bibliographique et la construction théorique.

Nous avons mobilisé deux corpus théoriques traitant des liens entre une production et son espace et de la manière dont ces liens peuvent être source de valorisation économique. Les deux corpus sont investis à la fois par des géographes et des économistes et proposent des notions complémentaires permettant de construire notre questionnement.

Le premier corpus correspond à l'ensemble des travaux portant sur les produits de terroir et les indications géographiques. Il offre un cadre d'analyse des liens entre un produit agroalimentaire, sa qualité et son espace d'origine par les notions de terroir et de qualité territorialisée.

Un grand nombre de recherches conduites dans les vingt dernières années par l'INRA-SAD[11], par des ethnologues du CNRS[12] ainsi que par des géographes ruraux français[13] et suisses[14] offrent aujourd'hui une connaissance approfondie des « produits de terroir ». Principalement saisis à travers les cas de produits sous AOC[15] ou IGP[16], ils font l'objet d'une littérature abondante, les analysant sous divers angles. Parmi ceux qui nous intéressent ici, tout d'abord, les conditions favorables à l'obtention d'un tel signe d'identification sont décrites[17] ainsi que celles expliquant leur succès économique dans le marché globalisé (Barjolle et Sylvander, 2003) : ce sont principalement les rôles de la qualité spécifique du produit et de la cohérence de l'organisation collective qui le porte qui sont soulignés. Ensuite, des travaux montrent qu'en associant la qualité spécifique du produit à une aire géographique circonscrite, les SIQO et autres marques territoriales permettent d'ancrer des filières agroalimentaires sur des espaces peu compétitifs pour la production standard (Barjolle et Thevenod-Mottet, 2002;

[11] Institut National de la Recherche Agronomique, département de Sciences pour l'Action et le Développement. Voir en particulier les travaux de François Casabianca, Christine de Sainte-Marie, Bertyl Sylvander.

[12] Centre National de la Recherche Scientifique. Ce sont principalement les travaux de Laurence Bérard et Philippe Marchenay.

[13] Claire Delfosse, Daniel Ricard, Jean-Claude Hinnewinkel, Sandrine Scheffer, Jean Pilleboue, Julien Frayssignes.

[14] Dominique Barjolles, Sophie Reviron, Eric Thévenot-Mottet

[15] Appellation d'Origine Contrôlée.

[16] Indication Géographique Protégée.

[17] En particulier par les travaux suivants : Delfosse et Letablier, 1995; Sainte-Marie, 2001; Scheffer, 2002.

Pilleboue, 2000). Ainsi, les SIQO et les marques sont des outils juridiques qui, en formalisant le lien produit-qualité-espace, formalisent également leur typicité : une qualité territorialisée qu'il est impossible de reproduire dans d'autres lieux. C'est cette qualité territorialisée qui permet aux produits de terroir de se différencier du marché standard, donc de s'émanciper de la concurrence par les prix bas et par conséquent de demeurer économiquement viables dans leur espace d'origine. Ainsi, la manière dont les liens entre un produit de terroir et son espace peuvent permettre de valoriser ce produit est décrite par la notion de différenciation.

Outre la différenciation par une qualité territorialisée des produits identifiés par un SIQO ou une marque, à partir des années 2000 de nouvelles notions sont mobilisées par les chercheurs pour analyser d'autres types de liens valorisants entre un produit de terroir et un espace. D'abord, la reconnaissance de la dimension culturelle de ces produits a conduit à décrire des formes de valorisation patrimoniale[18], notamment à travers les paysages qu'ils façonnent (Guimont, 2001), les fêtes locales (Betry, 2003) ou encore l'histoire locale des produits (Delfosse, 2000b). Ensuite, la dimension sociale des liens entre un produit et un espace est analysée. Plus précisément, il est montré que la capacité des acteurs locaux à s'organiser entre eux peut leur permettre de mieux mettre en valeur leurs produits. Cela est décrit dans les systèmes agroalimentaires localisés où les entreprises coopèrent entre elles pour innover (Fourcade et al., 2005). C'est également le cas dans l'élaboration de rente territoriale, soit par la création d'un panier de biens et de services (Mollard, 2001; Pecqueur, 2001), soit par des circuits territorialisés comme les « routes des vins » (Vandecandelaere, 2002).

L'objectif ici n'est pas de lister l'ensemble des travaux existants, mais de montrer que la grande majorité d'entre eux porte sur des ensembles produit-qualité-espace bien particuliers. Les produits analysés sont des produits « de terroir », c'est-à-dire faiblement artificialisés, caractérisés par une antériorité, une histoire, des savoir-faire propres localisés et ils sont le plus souvent transformés (Berard et Marchenay, 2004). Leur qualité est dite territorialisée, c'est-à-dire unique et issue de l'histoire, des conditions physiques (pédoclimat) et sociales (culture, savoirs) de l'espace dans lequel elle est élaborée. Enfin, l'espace de ces produits est décrit comme une entité spatiale et sociale, identifiée et délimitée, porteuse d'identité et de valeurs positives, analysée par la notion de terroir dans les cas de produits sous AOC ou IGP, ou par celle de territoire pour les cas de marques et de rentes territoriales.

Si les notions ainsi explicitées donnent des clefs de lecture pour comprendre la construction d'une valorisation par la qualité territorialisée d'un produit donné, elles ne sont que partiellement applicables au cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. De fait, l'analyse d'une production à la fois multi produits, non transformée, ancienne mais standardisée, et sans territoire identitaire ne peut se réduire à un questionnement par le corpus théorique que nous venons de révéler, à savoir l'ensemble produit-qualité territorialisée-territoire.

Il nous paraît important de prendre de la distance avec l'amalgame souvent fait entre les notions de « qualité » et de « territoire ». Elles sont généralement mobilisées conjointement comme une formule magique dans de nombreux discours professionnels et politiques : la « qualité » et le « territoire » sont proposés comme solution à la fois à l'agriculture productiviste et à sa crise économique. Sur le plan scientifique, la capitalisation des nombreux travaux concernant les produits de qualité territoriale a conduit à la proposition d'un modèle de développement alternatif au modèle industriel. Aussi aujourd'hui, par besoin méthodologique ou par volonté de contestation du modèle productiviste, la majorité des analyses des modèles de développement agricole se positionne dans une vision duale qui oppose « l'agriculture industrielle » à une « agriculture de qualité territoriale »[19]. Voyons

[18] Nous retenons les articles suivants : Delfosse, 2000a; Delfosse, 2002; Linck, 2005; Manouvrier, 2004.

[19] Voire les articles : Allaire, 2002; Pecqueur, 2005; Pecqueur et al., 2003.

d'abord ce que recouvrent ces deux modèles avant d'exposer en quoi cette vision duale ne nous semble pas opératoire pour notre question.

La première s'inscrit dans la continuité du modèle productiviste. Celui-ci se caractérise par une régulation sectorielle, des productions génériques produites selon une logique de moindre coût et inscrites dans le marché concurrentiel international. La stratégie des acteurs économiques suit une logique de firme. Géographiquement, les filières agroalimentaires suivant cette logique s'organisent en bassins de production de masse, originellement centrés sur les industries agroalimentaires (IAA). Par l'analyse des bassins endiviers et des filières fleurs du Nord de la France, Jean Vaudois a montré que sous la pression concurrentielle, ils tendent à se déterritorialiser en s'intégrant dans les réseaux économiques internationaux. La production peut en effet être délocalisée dans des espaces ou des pays à moindre coût de production et le bassin historique, disposant d'infrastructures et de compétences, demeure un centre logistique de regroupement de l'offre et de mise en marché (Vaudois, 1987; Vaudois, 2000). Nous appellerons ce modèle « modèle de productivité », afin, d'une part, d'éviter toute connotation négative associée au terme « productiviste », et parce qu'une agriculture peut être dans la logique décrite dans ce modèle, sans pour autant être productiviste[20].

La seconde logique de développement s'inscrit dans ce que Bernard Pecqueur appelle le « *tournant territorial* » (Pecqueur, 2005). Il s'agit d'une agriculture dont l'objectif est de produire des produits de qualité spécifiée, vendus à prix élevés, et échappant ainsi à la concurrence. La gouvernance est essentiellement locale, entre les acteurs du système productif, qui s'inscrivent dans une stratégie de territoire. Cette logique de qualité construite à une échelle régionale a été analysée en termes de bassin de production de la qualité par Jean Pilleboue. Ses travaux montrent que lorsque la qualité est formellement associée à un territoire donné, soit par un label AOC ou IGP, soit par des marques territoriales ou privées, le bassin de production est davantage ancré dans son espace d'origine. Toutefois, la multiplication des référentiels (AOC, IGP, marques, etc.) et des stratégies, privées ou collectives, ainsi que la superposition des échelles, conduit malheureusement à une grande confusion pour les consommateurs (Pilleboue, 2000).

Ainsi, selon cette approche duale, l'agriculture inscrite dans le modèle de productivité aurait tendance à se déterritorialiser, c'est-à-dire à délocaliser la production dans des espaces à moindre coût de production et à insérer ses structures économiques (IAA, metteurs en marché) dans des réseaux commerciaux nationaux et internationaux qui dépassent les échelles et compétences du territoire originel. En revanche, le modèle de la qualité territoriale offrirait une alternative aux agricultures des espaces les moins compétitifs en leur permettant de se maintenir économiquement viable grâce à une qualité territorialisée. Les auteurs reconnaissent que ces deux modèles, en tant qu'idéaux-types, cohabitent en réalité sur un même lieu et dans une même entreprise. Ils soulèvent des questions qui méritent d'être creusées : la qualité est-elle l'alternative de la productivité ? Peut-on appliquer le modèle de qualité en toutes circonstances ? Il nous semble que le questionnement doit également porter sur l'opposition qui est implicitement faite entre un modèle de productivité <u>sans lien au territoire</u> et un modèle de qualité <u>territorialisée</u>. La question peut paraître hasardeuse tant l'idée de déterritorialisation est associée à celle d'agriculture industrielle. Beaucoup, à l'instar de Jean Renard, prennent comme exemple le cas caricatural des élevages hors-sol de Bretagne dont les intrants sont

[20] L'Académie d'agriculture de France, dans sa séance du 21 mai 2000, propose une définition de « productivisme ». Cela concerne une agriculture qui a suivi le modèle d'industrialisation (modernisation, spécialisation, mono-production, intégration au complexe agroalimentaire), et dans laquelle l'exploitant a perdu toute maîtrise du système. Il est soumis aux injonctions de l'amont ou de l'aval de la filière. Et c'est une agriculture qui a, en outre, tendance à produire des excédents de production et causer des dommages environnementaux.

importés et les produits destinés au marché mondial, pour montrer l'effacement de tout lien entre l'agriculture industrielle et le territoire (Renard, 2004).

Il n'en demeure pas moins que le développement de certaines filières industrielles est fondé sur des caractéristiques territoriales. C'est le cas du « modèle agricole breton »[21] dont la réussite, dans les années 1960-70, s'explique avant tout par les dynamiques et solidarités sociales locales (Diry, 1985), qui sont donc bien ancrées dans le territoire. De même, des filières de productions dites banales élaborent leur qualité grâce à une organisation de l'approvisionnement des IAA en fonction des spécificités des bassins de production régionaux. Marianne Le Bail (1997 ; 2001) décrit ainsi comment les minoteries préfèrent conserver leurs bassins d'approvisionnement français plutôt que d'importer du blé moins cher. En effet, la connaissance des différents terroirs de production français ainsi que la co-construction avec les producteurs d'une qualité adaptée à leurs besoins industriels est finalement plus viable qu'un approvisionnement moins cher mais de qualité incertaine. De manière opposée, les systèmes sous AOC, couramment assimilés à une qualité territorialisée, peuvent en fait être régis par des logiques proches du modèle de productivité. Daniel Ricard montre par exemple que pour les AOC fromagères, l'affirmation du lien au terroir ne suffit pas à obtenir une valorisation économique si le cahier des charges tolère une application trop « laxiste » de la qualité (Ricard, 1994). Philippe Perrier-Cornet et Bertil Sylvander (2000) pointent, en outre, l'hétérogénéité des modes de gouvernance des différentes filières AOC, certaines relevant selon eux davantage de logiques sectorielles que territoriales. Ainsi, ces travaux relativisent l'évidence des liens existants entre un produit, une qualité territorialisée et un territoire. Ils illustrent au contraire combien ils sont complexes et variables.

Par rapport à notre question initiale, nous retiendrons trois éléments concernant la valorisation des liens produit-espace par la notion de qualité territorialisée. D'abord, nous proposons de définir la qualité territorialisée d'un produit comme une qualité construite socialement, issue des liens entre une production et son espace. Ensuite, cette qualité territorialisée peut être issue de plusieurs types de liens entre produit et espace, comme l'histoire, les conditions pédoclimatiques, la culture, les dynamiques sociales, l'organisation de la filière, etc. Une pluralité de liens produit-espace peut donc conduire à différentes qualités territorialisées. Enfin, les liens entre un produit et un espace ne se réduisent pas aux cas « visibles » de produits affirmant une qualité territorialisée. Cela rejoint les réflexions menées en 1996 par un groupe de chercheurs interrogeant les liens entre la qualité d'un produit et son lieu de production. Ils avaient souligné l'importance de considérer la question des produits qui, justement, ne revendiquent pas d'ancrage territorial spécifique. Le « *champ de recherches particulièrement large parce qu'encore non exploré* » (Delfosse, 1996) qui était pressenti alors n'a guerre été davantage défriché aujourd'hui. C'est le champ que nous proposons d'investir dans ce travail : **rouvrir le questionnement concernant les formes de valorisation des liens entre une production et un espace dans un cas qui ne correspond pas à ce que l'on a l'habitude de dénommer « produits de terroir » , qui ne se situe pas dans un territoire particulièrement identifié.** Il est donc nécessaire d'élargir le cadre théorique.

Le second corpus scientifique mobilisé est celui des travaux portant sur le développement local. L'approche élaborée par les géographes et les économistes de ce domaine fournit des outils opératoires pour reformuler notre question, à travers les notions de systèmes productifs, de ressources et de territoire.

[21] Pour reprendre l'expression de Corentin Canevet (Canevet, 1992).

Les théories du développement local se sont attachées à décrire des phénomènes socio-économiques, majoritairement industriels, qui montraient une résistance face à la crise économique des années 1970 et 1980 et aux délocalisations qui en ont découlées. Les travaux fondateurs portent sur les districts industriels italiens et expliquent leur maintien par leur capacité d'adaptation et de réactivité face aux évolutions du marché. Celle-ci est liée à deux caractéristiques principales du fonctionnement des districts : la coopération productive entre les firmes et une véritable osmose entre communauté et économie locales (Becattini, 1992). Ainsi, le contexte territorial, à travers la société, ses valeurs, ses savoirs, ses institutions et ses réseaux, apparaît explicatif de trajectoires originales de développement. Dès lors, le processus de développement local est exploré par les économistes[22] et les géographes[23], à l'échelle des ensembles industriels qu'ils appellent « systèmes productifs localisés ». Définis comme « *un ensemble caractérisé par la proximité d'unités productives au sens large du terme (entreprises industrielles, de services, centres de recherche et de formation, interfaces, etc.) qui entretiennent entre elles des rapports d'intensité plus ou moins forte* » (Courlet, 2002, p.31), ces systèmes permettent des stratégies de développement territorialisées construites sur trois grands principes : coopérations entre les entreprises ; flexibilité et économie d'agglomération permises par la concentration d'entreprises de petites tailles ; régulation par le marché et la réciprocité[24]. Plus généralement, ces travaux mettent en évidence les grands principes du développement économique local (Courlet, 2001) : chaque territoire dispose de ressources propres (naturelles, organisationnelles, savoirs, savoir-faires, etc.) qu'il s'agit pour les acteurs locaux de mobiliser collectivement afin de s'adapter aux évolutions constantes du contexte global (économique, réglementaire, sociétal). Nous retiendrons donc que chaque territoire, compris comme l'ensemble du système productif et de la communauté locale, peut élaborer son propre projet de développement, fondé sur les ressources dont il dispose localement.

Si la majorité de ces travaux porte sur le secteur industriel[25], ce cadre théorique a été mobilisé en économie agricole pour analyser l'organisation des filières des produits AOC ou IGP (Delfosse et Letablier, 1995; Perrier-Cornet, 1990). Mais ici encore, rares sont les travaux qui abordent les productions génériques sous cet angle. La thèse de François Pernet, publiée en 1982, propose néanmoins une réflexion s'inscrivant dans le même cadre de pensée. Elle vise à caractériser et à comprendre les exploitations agricoles « *différentes* » du modèle productiviste, c'est-à-dire celles qui en sont exclues parce qu'incapables de suivre la modernisation ou celles qui ont la volonté de travailler autrement. Elle montre que si celles-ci sont éminemment diverses, leur fonctionnement relève toujours de trois grandes stratégies : économiser sur toutes les dépenses, valoriser toutes les ressources du milieu environnant, compléter par des revenus autres qu'agricoles. Les exploitations construisent leur viabilité économique en élaborant la combinaison productive la mieux adaptée pour viser l'autonomie en valorisant leur situation dans un lieu donné. Ainsi, le lien à l'espace local, mobilisé comme élément d'ajustement ou comme ressources naturelles et sociales à valoriser, est un facteur du maintien ou de l'adaptation des exploitations ne pouvant ou ne voulant plus suivre l'évolution du modèle dominant. Dans ce travail l'analyse est conduite à l'échelle de l'exploitation agricole considérée dans sa petite région agricole. Si la notion de territoire n'y est pas utilisée, c'est certainement parce qu'à cette date elle n'était encore que peu répandue. Néanmoins,

[22] Bernard Pecqueur (Pecqueur, 1989), Claude Courlet, André Rallet, Jean-Benoit Zimmerman notamment.

[23] (Benko et Lipietz, 2000)

[24] La réciprocité se définit comme un échange de services gratuits entre individus. Elle détermine entre les acteurs une relation qui possède une vie propre au-delà de la transaction purement commerciale, renvoyant aux notions de fidélité, de gratuité et d'identité des contractants (Courlet, 2001).

[25] Une thèse mené sur les stations de sport d'hiver montre également que l'analyse en terme de développement local est opératoire pour comprendre l'économie touristique. (Perret, 1994)

l'auteur investit les liens entre l'exploitation, l'exploitant et la petite région agricole d'un sens très proche de celui que recouvre la notion de territoire : il y intègre les dimensions productives, sociales et symboliques, par exemple en évoquant comment le sentiment identitaire local est facteur de solidarités. Son questionnement ancre la recherche de nouvelles voies de développement dans la valorisation des liens existants entre l'exploitation et son territoire : "*la recherche de l'autonomie, la valorisation du lieu, sont-ils les moyens de la viabilité d'agricultures différentes de celle que l'on a produite et dont on avait besoin ces vingt dernières années ?*" (Pernet, 1982, p.120).

Ainsi, l'éclairage des travaux sur le développement local nous permet de réorienter la question posée dans le cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. Il ne s'agit pas de savoir comment on passe d'un modèle « de productivité » à un modèle « de qualité territorialisée » préconçu et non adapté à toutes les situations. Il s'agit en revanche d'interroger quelles sont les stratégies de valorisation possibles à partir des ressources locales. Et pour que ces valorisations permettent de résister à la délocalisation de la production, il s'agit de rechercher les ressources locales dans les liens existants entre le système productif arboricole et son espace.

A ce titre, le corpus théorique concernant les produits de qualité territorialisée nous est utile pour alimenter la grille de lecture des différents types de liens pouvant exister entre une production et un espace en offrant les notions capables de décrire les liens entre un produit, une qualité et un territoire. Néanmoins, notre questionnement ne se limite pas à la seule entrée « produit » qui est celle des travaux sur les produits de qualité territorialisée. L'approche choisie est de considérer l'arboriculture comme un système productif dans son ensemble, ce qui conduit à appréhender la pluralité des liens existants entre l'activité arboricole et l'espace ainsi que la pluralité des formes de valorisation qu'ils permettent.

L'objet de cette thèse est finalement d'analyser en quoi les liens entre l'arboriculture et son espace peuvent sous-tendre des modes de valorisation permettant de maintenir cette activité économiquement viable localement. Il s'agit donc d'identifier, d'une part, quels sont les liens entre le système productif et son espace qui peuvent constituer des ressources pour la production, et d'autre part, les conditions rendant possible la valorisation de ces ressources.

Appareillage conceptuel : bassin de production - ressources territoriales

Il s'agit maintenant de préciser les concepts choisis pour analyser notre objet : celui de bassin de production pour décrire le système productif arboricole, celui de territoire pour analyser l'espace. Enfin, nous préciserons ce que nous entendons par la notion de ressource et comment elle conduit à la formulation de notre hypothèse centrale.

Le concept de bassin de production

Les géographes agricoles[26] ont montré la pertinence de l'approche systémique en termes d'agrofilières et de bassins de production pour analyser les dynamiques spatiales des productions agricoles. Jean Vaudois (2000) en souligne deux intérêts principaux : celui de fournir une grille de lecture très opérationnelle, et celui d'impliquer la prise en compte effective de l'ensemble des facteurs qui interagissent pour expliquer les évolutions constatées. En effet, le bassin de production représente la projection spatiale de l'agrofilière, considérée dans ses interrelations avec l'espace géographique. Ce concept intègre d'une part les éléments propres au fonctionnement de la filière agricole, c'est-à-dire ses différents opérateurs, le contenu de leurs échanges (biens, services, informations, argent) et ce qui détermine leurs

[26] Notamment Jean-Pierre Chaléard et Jean Pierre Charvet (2004), Jean-Pierre Diry et Jean Vaudois.

échanges (le marché, la politique, les normes, etc.), et d'autre part, les éléments propres au territoire concerné par la filière.

La dimension exhaustive de ce concept spécifiquement adapté au cas de l'économie agroalimentaire justifie que nous l'ayons préféré à la notion de système productif localisé (SPL). Cette dernière, issue de l'économie industrielle, ne précise pas l'idée de rapports de pouvoir ou d'interdépendance existant entre les différents maillons d'une filière, même localisée. L'articulation entre un centre productif (les exploitations et les IAA) et des institutions d'encadrement (comme les politiques) est également absente de la notion de SPL. Enfin, si la notion de système agroalimentaire localisé (SYAL)[27] prend en compte la dimension symbolique propre à l'alimentation et les liens spécifiques qui peuvent exister entre un produit agroalimentaire et son territoire (Muchnik et al., 2008), elle n'est pas aussi précise sur le fonctionnement de la filière que ne l'est celle de bassin de production. Il n'en demeure pas moins que les facteurs d'efficacité relevés dans les SPL et les SYAL - la coopération inter-entreprises, la flexibilité, les économies d'agglomération, l'importance de la réciprocité dans la régulation du marché local, la capacité d'innovation et d'organisation collective – peuvent être à considérer quant à l'évaluation de la pérennité d'un bassin de production.

Par ailleurs, si la définition d'un bassin de production proposée par Jean Vaudois est suffisamment précise pour décrire l'organisation et le fonctionnement de l'arboriculture locale, il n'en est pas de même pour ce qui concerne les interrelations entre celle-ci et son espace. Les travaux existants demeurent en effet peu approfondis sur cette question. Elle a été abordée par les géographes analysant l'émergence des bassins de productions intensives dans les années quatre vingt. Ils ont alors montré comment les caractéristiques économiques et sociales locales avaient pu favoriser leur développement dans certaines régions (Diry, 1985; 1987). Pour reprendre l'exemple de la Bretagne, la proximité de grands ports a facilité l'importation d'approvisionnements et l'exportation des volailles produites dans les élevages hors-sols. Mais le facteur déterminant fut l'acceptation, la promotion et la diffusion du modèle industriel par la majorité de la population agricole locale, d'autant plus réceptive à ce « progrès » que particulièrement pauvre et convaincue de l'idéologie de la modernisation partagée, portée par le mouvement de la jeunesse agricole chrétienne (JAC). Pour autant, aujourd'hui, face à la crise agricole, les liens bassins de production – espace sont peu questionnés. Certes, Jean Vaudois propose dans ses derniers travaux de chercher des facteurs d'adaptation et de compétitivité dans les « *synergies bassin-milieu géographique* » (Vaudois, 2000). Néanmoins, il ne précise pas ce que pourraient être ces synergies, excepté l'exemple de l'intégration de l'agriculture dans les politiques de développement local. Dans un ouvrage consacré aux interrelations entre firmes agroalimentaires et dynamiques rurales, Christine Margetic (2004) examine à l'inverse comment les stratégies d'approvisionnement des IAA peuvent redessiner des bassins de production industrielle. Enfin, l'approche proposée par Jean Pilleboue (2000) par la notion de « bassin de production de la qualité » se limite, quant à elle, aux cas des bassins liés à un territoire par une dénomination géographique formalisée par un SIQO ou par des marques privées ou territoriales. Il s'inscrit donc dans le cas particulier des

[27] Un SYAL est défini comme « *des organisations de production et de services (unités de production agricoles, entreprises agroalimentaires, commerciales, de services, gastronomiques…) associées par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique. Le milieu, les produits, les personnes, leurs institutions, leurs savoir-faire, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relations se combinent en un territoire pour produire une forme d'organisation agroalimentaire à une échelle spatiale donnée.* » (Muchnik, 2006, p.2, traduit de l'espagnol par nous).

produits de qualité territorialisée, dont l'ancrage à un espace donné a été exploré par les géographes ruraux depuis les années 1980, en particulier pour les productions fromagères[28].

Répondre à notre question nécessite donc d'élaborer un cadre théorique plus détaillé de l'ensemble des liens unissant un bassin de production générique à son espace et des conditions dans lesquelles ceux-ci peuvent être, ou non, mobilisés comme ressources pour une meilleure valorisation de la production. Voyons pourquoi nous avons choisi la notion de territoire comme grille d'analyse des liens entre production et espace.

La notion de territoire

Si un bassin de production est structuré par une production donnée, ici l'arboriculture fruitière, son aire d'influence peut recouvrir différents espaces eux-mêmes soumis à d'autres facteurs d'évolution (autres activités économiques, aires administratives, projets politiques, dynamiques démographiques, etc.). La notion de territoire nous apparaît adaptée comme outil d'analyse, pour décrire les interrelations pouvant exister entre un bassin de production et les espaces qu'il recouvre dans le sens où elle aborde l'ensemble des liens existants entre une société et un espace en les replaçant dans une perspective historique.

Il est tout d'abord nécessaire de faire le point sur l'origine de cette notion et sur ses apports quant à l'appréhension de la complexité des relations entre une société et son espace de vie. Issue de la géographie humaine, la notion de territoire fût d'abord mobilisée comme outil d'analyse des liens qu'entretient une société avec son espace, puis reconnue comme objet géographique en tant que tel.

Donner une définition explicite et synthétique du concept de territoire est un exercice difficile. Des ouvrages entiers lui sont consacrés, témoignant de sa complexité[29]. Nous retiendrons celle donnée par Frédéric Santamaria pour sa concision et sa dimension méthodologique, soit « *un produit social permettant l'étude de l'imbrication des rapports sociaux et des rapports spatiaux, c'est-à-dire des rapports de l'homme avec son environnement géographique, où l'espace est, en quelque sorte, enrichi par le sens que les sociétés lui confèrent, espace sur lequel elles agissent, qu'elles contrôlent, qu'elles construisent* » (2002, p.20). Cette définition comprend les cinq grandes significations attribuées au concept de territoire par les géographes sociaux (Dimeo, 1998; Gumuchian, 2005) :

- Une double nature matérielle et immatérielle, concrète et idéelle, formelle et symbolique ;
- Un objet approprié ou une forme d'appropriation d'un espace. Il traduit un mode de découpage et de contrôle de l'espace, ce qui induit la nature intentionnelle et volontaire de sa création ;
- Il décrit l'insertion de chaque sujet dans un ou plusieurs groupes sociaux, ce qui forge l'identité collective propre au territoire ;
- Il est une configuration spatiale. Il peut être archipélagique ou réticulaire, mais rares sont les cas correspondants à une réelle continuité spatiale[30] ;

[28] Outre les thèses de Claire Delfosse, de Daniel Ricard, de Sandrine Scheffer et de Julien Frayssignes, voire l'article de Claire Delfosse qui retrace comment la prise en compte par les géographes des liens entre production fromagère et espace évolue au cours du vingtième siècle : (Delfosse, 2006).

[29] Nous nous référons à ceux de Guy Di Meo (1991; 1998) et de Hervé Gumuchian et al. (2003).

[30] La conception de la configuration spatiale du territoire est sensiblement divergente entre les deux auteurs. Guy Di Meo présente le territoire comme un espace « ouvert », issu de la superposition entre des espaces de pratiques, de représentations et de pouvoirs, pour lequel il est plus efficace de centrer l'étude en son cœur, alors que la définition de limites serait longue, difficile et nécessairement inexacte. En revanche, Hervé Gumuchian conçoit le territoire comme une configuration spatiale que les évolutions actuelles rendent souvent discontinue (archipélagique ou réticulaire), mais qui n'excluent pas la notion de limite.

- Il constitue un champ identitaire aménagé par les sociétés qui l'investissent comme une « auto-référence » (d'après le terme employé par Hervé Gumuchian).

En termes méthodologique, le caractère heuristique de ce concept nous offre une excellente grille d'analyse de la complexité des relations qu'entretient un bassin de production avec son espace : il amène à les considérer à travers quatre grandes caractéristiques. La première est leur fonctionnement systémique. L'ensemble des dimensions liant un bassin de production et son espace fonctionne comme un complexe articulant constamment ces différentes dimensions entre elles (physique, sociale, économique, culturelle). La seconde caractéristique à prendre en compte est le rôle important des acteurs et de leurs stratégies, considérés comme encastrés dans leurs propres réseaux sociaux (Granovetter, 2000). Etant au centre du processus de territorialisation, les acteurs sont également ceux qui font et défont les liens entre le bassin de production et son espace. La troisième caractéristique à considérer est la variabilité des rythmes temporels qui dépendent des moteurs des modifications à l'œuvre. La construction du territoire s'inscrit dans le temps long, celle du bassin de production dans un temps plus réduit, ce qui se traduit aujourd'hui par des caractères hérités et des adaptations récentes aux nouveaux contextes. De même, une évolution très rapide des contingences économiques et des politiques agricoles entraînent ou se confronte à une évolution culturelle beaucoup plus lente. Enfin, la quatrième caractéristique importante est la nature multiscalaire des relations entre un bassin de production et son ou ses espace(s).

Une fois ces grandes caractéristiques posées, nous avons élaboré une grille de lecture des différentes interrelations existant entre un bassin de production et son espace, de la manière la plus large possible. C'est pourquoi nous mobilisons l'outil de la formation socio-spatiale développé par Guy Di Méo (Dimeo, 1998), que nous croisons avec la notion de bassin de production. La formation socio-spatiale (FSS) est une grille de lecture du concept de territoire qui détaille ses différentes dimensions. Elle nous permet donc d'identifier les diverses composantes des liens entre le bassin de production et son espace. Elle se décompose en quatre instances (Figure 1) : les instances géographiques et économiques relevant de l'infrastructure, et les instances idéologiques et politiques relevant de la superstructure. Chaque instance a une extension spatiale propre, des limites propres. Les quatre instances se combinent de manière dialectique pour former la FSS et forment un territoire « idéal-type » lorsque trois conditions sont rassemblées en même temps : elles sont bien différentes de leur environnement, elles ont les mêmes limites, le jeu dialectique de l'infrastructure et de la superstructure produit de la différence par rapport à ce qui se passe à l'extérieur du périmètre de l'espace considéré.

Figure 1: La structure de la Formation Socio-Spatiale

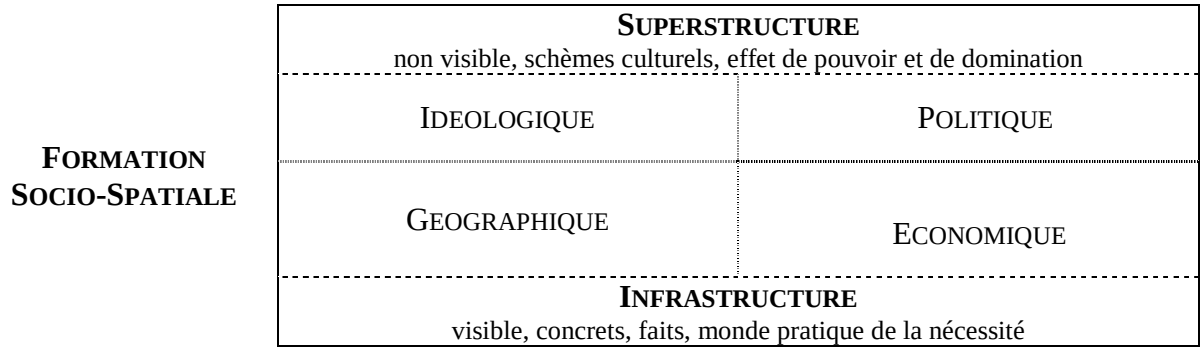


Schéma réalisé par C. Praly, d'après Guy Di Méo, 1998.

Dans notre grille, une instance « historique » a été ajoutée aux quatre instances de la FSS pour compléter l'analyse des liens entre production agricole et espace. Certes, l'histoire intervient dans la construction de chacune des quatre instances (Guy Di Méo le souligne d'ailleurs dans son ouvrage), laissant une part d'héritage aux éléments actuels. Mais l'ancrage historique mérite d'être analysé pour lui-même, afin de bien distinguer, dans les évolutions actuelles, quelle est la part de l'héritage et comment elle est, ou non, mobilisée. Il est donc possible d'établir la grille d'analyse des interrelations entre bassin de production et espace suivante (Tableau 1). Les cases présentent les indicateurs de ces interrelations.

La présentation des interrelations sous forme de tableau croisé entre les constituants du bassin de production et ceux de l'espace permet de mettre en évidence plusieurs éléments. D'abord, la récursivité de l'interrelation. Ici, l'objet d'étude étant les formes de valorisation pour la production, les liens sont prioritairement lus à partir de la filière fruits, mais la récursivité des liens est particulièrement importante à considérer. Par exemple, pour l'analyse du comportement des acteurs : les différents territoires administratifs et identitaires que recouvre ce bassin vont imprégner les dynamiques sociales, idéologiques et politiques locales. Ou encore pour le paysage : l'instance géographique influe, par le sol, le relief, le climat, et également par l'état hérité du paysage sur l'implantation des cultures fruitières, elles-mêmes ayant une répercussion sur le paysage.

Enfin, la lecture de ce tableau laisse apparaître que c'est l'activité de production en elle-même qui a le plus d'interrelations avec l'espace. Pour autant, cette activité est également dépendante de l'amont, de l'aval et du système d'encadrement de la filière, qui ont donc, indirectement, des impacts et des liens avec l'espace. Ce tableau permet d'appréhender et de différencier les liens relevant du produit en lui-même et des différentes fonctions de la filière, contrairement aux classifications selon la nature des liens (liens matériels, immatériels, etc.). En intégrant les activités productives et non le seul produit, il fait apparaître une dimension jusqu'alors peu évoquée et pourtant de plus en plus considérée : les externalités environnementales et sociales.

Ainsi, puisque le concept de territoire (décomposé en FSS) est à partir de là retenu comme outil pour lire les liens entre le bassin de production et son espace, nous emploierons désormais dans cette thèse le substantif « territoire » et l'adjectif « territorial » pour les évoquer bien que l'espace de la Moyenne Vallée du Rhône ne corresponde pas à une entité territoriale homogène. Elle recouvre au contraire plusieurs territoires administratifs et plusieurs entités territoriales. L'objectif n'est cependant pas de décrire précisément l'ensemble des interrelations bassin-territoire, mais plutôt de savoir repérer celles qui peuvent avoir un rôle dans la construction de ressources mobilisables pour une valorisation.

Tableau 1: Grille d'analyse des interrelations entre bassin de production et espace

Bassin de production / Territoire	Produit : fruits	Activité de production : arboriculture	Intermédiaires : 1ère et 2ème mise en marché	Commercialisation	Système d'encadrement
Historiques	Variétés anciennes	Ancienneté Infrastructures Mémoire collective	Réseaux commerciaux traditionnels	Réseaux commerciaux traditionnels	
Géographiques	Relief Climat Sols	Paysages Inscription spatiale des vergers Infrastructures transport Reliefs, sols, climats. Externalités environnementales	Inscription spatiale. Infrastructures transport. Externalités environnementales	Inscription spatiale. Proximité consommateurs	Inscription spatiale.
Socio-économiques	Savoir-apprécier Usages Habitudes de consommation	Savoir-faire Poids économique : emplois Rôle social : travail saisonnier, tissu rural. Synergie autres activités.	Savoir-faire Poids économique : emplois, CA. Synergie autres activités.	Poids économique. Synergies autres produits, services. Démographie.	Poids économique (emplois) Compétences
Idéologiques	Rôle identitaire Rôle symbolique	Rôle identitaire Rôle patrimonial Conception du métier	Rôle patrimonial Conception du métier.	Connaissance des fruits. Rôle identitaire et patrimonial	Conception du métier.
Politiques	Rôle identitaire Rôle attractif Objet fédérateur	Place des producteurs dans les instances de pouvoir. Actions des collectivités territoriales. Rôle identitaire, attractif, fédérateur.	Place dans les instances de pouvoir. Actions des collectivités territoriales.	Action des collectivités territoriales. Rôle attractif.	Place dans les instances de pouvoir. Action des collectivités territoriales.

Réalisation C. Praly.

La notion de ressource territoriale

Tout lien bassin de production-territoire peut-il être mobilisé pour construire une valorisation territoriale ? Comment passe-t-on d'une lecture « statique » des interrelations entre production et territoire à une analyse orientée vers la recherche de valorisation territoriale ? La notion de ressource territoriale, incluant une dimension de construction sociale à l'intérieur d'un projet de développement, le permet.

La notion de ressource a été développée par les géographes et les économistes travaillant sur le développement. Dès 1980, dans le quatrième chapitre de son ouvrage, dénommé « Ressources et Pouvoir », Claude Raffestin explique que les différentes matières naturelles ne deviennent ressources que lorsque les hommes leur attribuent des propriétés. La définition donnée par Roger Brunet va dans le même sens (Brunet et al., 1993) : la ressource désigne les moyens dont dispose un individu ou un groupe pour mener à bien une action, pour créer de la richesse. Ainsi, une ressource n'existe que si elle est connue, révélée et exploitable, que si des hommes lui attribuent une valeur d'usage. Pour les spécialistes du développement local, la notion de ressource renvoie à des facteurs de compétitivité immatériels, expliquant le développement de certains territoires[31] : la coordination des acteurs favorise la coopération, l'innovation, la flexibilité et la réactivité permettant aux entreprises de s'adapter sans cesse au marché. Enfin, les travaux plus récents concernant les produits agroalimentaires de qualité et le développement territorial ont investi la notion de ressource d'une finalité de qualification ou de différenciation du territoire et/ou des produits. Les ressources décrites sont alors de différentes natures, patrimoniales (Berard et al., 2006), culturelles (Bleton-Ruget, 2004), naturelles (Camagni et al., 2004) et généralement une combinaison de celles-ci (Vandecandelaere, 2002).

La synthèse de ces différentes approches a amené les chercheurs du laboratoire « Territoire » de l'Institut de Géographie Alpine, autour de Bernard Pecqueur et de Hervé Gumuchian[32], à développer la notion de ressource territoriale. Ils la définissent comme « *une caractéristique construite d'un territoire spécifique et ce, dans une optique de développement.* » (Gumuchian et Pecqueur, 2007, p.5). Elle comporte quatre grands traits. D'abord, des attributs de position et de localisation qui sont liés à l'histoire du lieu, aux apprentissages locaux, puis des attributs liés à sa constructibilité, qui sont à rapprocher des jeux d'acteurs locaux, de leurs coordinations et des conflits. Elle s'inscrit en outre dans une complexité systémique, c'est-à-dire qu'elle résulte d'une synergie de ressources locales combinées au sein du projet de territoire. Enfin, elle comporte un sens, ou une nature idéelle, ainsi qu'une temporalité propre, qui sont liés à sa matrice territoriale.

Néanmoins, cette acception de la notion de ressource territoriale ne peut convenir tout à fait à notre cas, cela pour deux raisons principales. La Moyenne Vallée du Rhône ne correspond pas à une entité territoriale homogène alors que la notion de ressource territoriale telle qu'elle est définie par Hervé Gumuchian et Bernard Pecqueur est fortement associée à une construction territoriale. En outre, dans notre cas, nous ne recherchons pas uniquement les ressources territoriales déjà construites, mais également celles reconnues et non valorisées, ou encore celles qui sont mobilisées presque « inconsciemment » par les acteurs. Aussi, nous retiendrons une définition de la notion de ressource territoriale proposée par Federica Corrado lors du colloque organisé par le laboratoire « Territoire » sur cette notion : « *la ressource territoriale représente la découverte et l'actualisation d'une valeur latente du territoire par*

[31] Voire les travaux suivants : Benko et Lipietz, 1992; Benko et Lipietz, 2000; Gilly et Torre, 2000; Pecqueur et Zimmermann, 2004.

[32] Un séminaire a été consacré à la question de la ressource territoriale, dont les actes ont été publiés (Gumuchian et Pecqueur, 2004) et qui a finalement donné lieu à la publication d'un ouvrage (Gumuchian et Pecqueur, 2007)..

une partie d'une société humaine qui la reconnaît et l'interprète comme telle, à l'intérieur d'un projet de développement local » (Corrado, 2004, p.23). Cette acception présente l'intérêt d'intégrer la dimension dynamique, de constructibilité de la ressource. Nous utiliserons ainsi l'adjectif « territorial » dans le sens où la ressource est issue des liens entre le bassin de production et le territoire. Elle est par conséquent spécifique puisqu'elle dépend à la fois des caractéristiques de ces liens et du système de reconnaissance et de valorisation local.

Il s'agit alors de comprendre le processus de reconnaissance et de valorisation des ressources territoriales par les acteurs concernés. Cela nous amène à mobiliser le travail de Leïla Kébir (2006). Pour elle, la ressource résulte d'une relation entre un objet (connaissance, matière première, etc.) et un système de production. « *La relation objet système de production s'établit dès lors qu'une intention de production est projetée sur un objet (connaissance, savoir-faire, minerai, bâtiment, etc.). Entité propre (un château est un château), l'objet devient ressource, c'est-à-dire un intrant mobilisable dans le cadre, par exemple, du système de production touristique (un château est un bâtiment remarquable). Dans ce contexte, la ressource est relationnelle, elle ne préexiste pas. C'est un construit situé dans le temps et dans l'espace.* » (Kebir, 2006, p. 703-704). Ainsi, l'étape de projection d'une intention de production ou de valorisation sur un objet, en lien avec un système de production donné, constitue la phase de reconnaissance, donc de construction de la ressource. Ce processus met en jeu :

- une technique ou des modalités organisationnelles permettant l'articulation concrète entre l'objet et le système de production (anticipation sur la forme de valorisation) ;
- un collectif d'acteurs et la manière dont ils s'organisent pour coordonner la relation objet/système de production (association, réseaux, acteurs publics…) ;
- un territoire, qui renvoie à la façon dont la ressource s'inscrit dans le temps et dans l'espace (échelles mises en jeu, provenance des acteurs impliqués, etc.).

Quatre dynamiques[33] d'évolution de la ressource sont distinguées par Leïla Kébir, selon la manière dont objet et système de production interagissent l'un avec l'autre. La dynamique de « mise en valeur » est celle qui se rapproche de la problématique de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, lorsque l'évolution de l'objet entraîne positivement celle du système de production, notamment en suscitant le développement de l'activité productive. Dans ce cas, « *le système de production se structure autour de la valorisation de l'objet en question, en cela il est en émergence. L'identification de la ressource n'est pas encore stabilisée, le processus de mise en œuvre non plus. Les marchés sont à constituer de même que le processus de production du bien ou service qui est en phase de mise en place.* » (Kebir, 2006, p.705). L'analyse de ce cas montre que la phase de « mise en ressource », c'est-à-dire d'identification de la ressource par les acteurs concernés, est une étape à la fois indispensable et extrêmement délicate, puisqu'elle entraîne toute une série de ruptures : rupture dans les types d'activité de production ou de valorisation ; rupture dans les formes d'organisation et de coordination de la ressource ; rupture dans l'échelle territoriale à laquelle est valorisée la ressource.

Par conséquent, la dynamique de mise en ressource peut se traduire par la modification des échelles spatio-temporelles. En effet, l'objet entraîne la dynamique spatio-temporelle de la ressource, servant ou au contraire contraignant le système de production. Cela conduit à la révélation de « *territoires de réaffectation* », dépendant de l'échelle de la ressource et du

[33] Les trois premières dynamiques ne concernent pas notre terrain. Elles sont les suivantes : la ressource suit une dynamique de croissance renouvelable lorsque le système de production entraîne positivement l'objet. Au contraire, lorsqu'il exploite la ressource sans assurer la reproduction, il affecte négativement l'objet, la ressource régresse, elle entre dans une dynamique d'érosion et/ou d'épuisement. Lorsque l'objet vient à manquer au point de limiter ou d'empêcher la production, alors la ressource entre dans une dynamique de pénurie.

collectif d'acteurs. « *Ainsi, le territoire de la ressource est celui dans lequel se structure le projet, se rassemblent les forces nécessaires à la réaffectation de l'objet et où les dynamiques d'acteurs chères à la création de ressources émergent. Il y a ancrage de la ressource.* » (Kebir, 2006, p.714).

Le processus de reconnaissance et de valorisation de ressources peut conduire à l'émergence de nouveaux territoires de projets, ne correspondant pas forcément à l'échelle du système de production préexistant, donc à celle du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône. L'identification de ressources territoriales, dont certaines ne concernent qu'un espace précis du bassin de production (plateau ardéchois, zone périurbaine), ou un groupe d'acteurs restreint (rassemblés par une identité territoriale forte, ou par une conception commune du métier), peut donc amener à des recompositions importantes du bassin de production. Or, cela pourrait remettre en question l'équilibre de fonctionnement actuel du bassin, donc entraîner des conflits et soulever des oppositions aux projets de la part des représentants de ce mode de fonctionnement. A ce propos, Leïla Kébir préconise d' « *anticiper les éventuels changements de territorialité inhérents à l'évolution des ressources*. » (Kebir, 2006, p.720). Cela nous amène à préciser nos questions et notre hypothèse de recherche.

Question de recherche et hypothèse

Le postulat initial peut désormais être formulé ainsi : les liens existants entre le bassin de production arboricole et ses territoires peuvent être reconnus comme des ressources territoriales par les acteurs qui les mobilisent en différentes formes de valorisations territoriales.

Cela nous conduit à proposer la notion de « valorisation territoriale » d'une production agricole, que nous définissons comme l'obtention d'une valeur ajoutée ou d'une meilleure rémunération de la production due à la valorisation économique de caractéristiques liées à l'espace d'origine de cette production, appelées ressources territoriales.

De là découlent deux questions de recherche. D'abord, quelles ressources territoriales sont ou peuvent être mobilisées pour l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ? Ensuite, comment et par qui ces ressources peuvent être valorisées, à quelles conditions, sous quelles formes de valorisation territoriale ?

A l'aune du processus de mise en ressource décrit par Leïla Kébir, nous pouvons formuler l'hypothèse centrale de cette recherche. De fait, puisque reconnaître et valoriser une ressource territoriale nouvelle nécessite une redéfinition des échelles et des pas de temps associés à celle-ci, l'émergence de nouvelles formes de valorisation territoriale risque d'entrer en tension avec le fonctionnement hérité du bassin de production. Plus précisément, partant du constat de l'hétérogénéité des territoires et des opérateurs constituant le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône, nous faisons l'hypothèse que la mobilisation de ressources territoriales nouvelles risque de faire émerger des territorialités et des collectifs d'acteurs qui ne correspondent pas à l'échelle et à l'organisation du bassin de production préexistant. Des tensions, oppositions, ruptures ou complémentarités entre ces deux logiques dépendra le résultat de la valorisation territoriale observée.

Posture méthodologique inductive

Il s'agit d'interroger comment l'articulation entre le bassin de production et ses territoires, selon plusieurs échelles et différents pas de temps, permet ou non son adaptation à l'émergence de nouvelles formes de valorisation territoriale. L'ampleur de l'objet de recherche implique de concentrer le travail sur une étude de cas, afin d'en cerner à la fois les différentes dimensions (particularités de la production, de l'espace, de leurs interrelations) et

toute la profondeur (historique, sociologique, idéologique). Cela a nécessité l'élaboration d'une méthodologie particulière, construite à la fois sur les acquis de la littérature traitant des liens produits-qualité-territoire tout en restant ouverte à la nouveauté de l'objet que nous traitons. Pour cela, un dispositif de recherche de terrain très inductif et croisant différentes méthodes d'observation a été mis en place.

Ainsi, un premier travail de recherche bibliographique a été mené à partir des deux corpus présentés précédemment. Il a permis de caractériser la diversité des formes existantes de valorisations et de ressources territoriales et d'interroger leur applicabilité aux caractéristiques d'un bassin de production fruitier. Ceci a conduit à l'élaboration d'une typologie (Tableau 2) à partir de laquelle nous avons questionné le terrain.

Tableau 2: Typologie des formes de valorisation territoriale observées dans la bibliographie

Type de valorisation territoriale	Liens au territoire mobilisés	Origine de la plus-value	Types de productions concernées	Type de coordinations	Remarques
Stratégies ne passant pas par le marché	Multifonctionnalité de l'agriculture	Rémunération consentie par la société (locale)	Toutes, en fonction de leurs externalités	Public-privée	Modalités de partenariat entre secteur et territoire à élaborer
Stratégie de synergie territoriale (SPL ou SYAL)	Coopération permise par des liens de proximités	Réactivité et adaptabilité de la production par l'innovation	Industrielles, productions agroalimentaires sous SIQO	Plurisectorielles et public-privée	Adaptation de la notion SYAL à des produits non spécifiques
Valorisation par une qualité territorialisée (AOC/IGP, marques)	Typicité du produit Image de qualité du territoire	Prix supérieur ou préférence d'achat du consommateur	Produits typiques, de terroir.	Sectorielle à l'échelle territoriale.	Concurrence croissante des MDD sur ce créneau
Valorisation par une rente de qualité territoriale	Panier de biens et services territorialisés. Image de qualité du territoire	Prix supérieur des produits.	Produits et services pouvant entrer dans le panier de biens d'un territoire : certaine typicité	Plurisectorielle et public-privée	Possible sur des territoires à forte identité.
Valorisation par la patrimonialisation	Liens culturels et identitaires (savoir-faire, paysage, bâti, traditions).	Prix supérieur ou préférence d'achat du consommateur	Activités et produits	La patrimonialisation est plus forte avec coordination plurisectorielle et public-privée	Stratégie très souple, qui peut se construire à l'échelle individuelle, collective ou territoriale.
Réseaux territoriaux (ex : route des vins)	Diversité locale d'un même produit. Aménités du territoire (paysages, routes, autres produits)	Prix supérieur ou préférence d'achat des consommateurs	Densité minimum de producteurs. Productions qui se goûtent ou se visitent.	Sectorielle, liens avec le public pour utilisation des routes et des biens publics locaux	Nécessite spécification territoriale suffisante et organisation en « club » pour maintenir une rente.
Valorisation par la qualité environnementale	Externalités environnementales	Prix supérieur ou rémunération de la société locale	Toutes	Secteur-territoire	Difficile aujourd'hui de lier les labels Bio à une identité territoriale.
Valorisation par d'autres valeurs reconnues à la production	Fonctions économiques et sociales de l'agriculture.	Prix supérieur ou préférence d'achat du consommateur. Notion de « commerce équitable Nord-Nord », ou de « produit à promesse de durabilité ».	Toutes pourvues qu'elles respectent certaines normes sociales et environnementales	Secteur - territoire	Modalités de mise en œuvre non encore explorées. Concurrence des GMS sur ce créneau.

Ensuite, la plus grande partie du travail a consisté en la compréhension du terrain. L'objectif initial était de décrire le fonctionnement du bassin et d'y identifier des ressources et des formes de valorisations territoriales afin de les analyser. Or, les évolutions en cours dans l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône se sont avérées si rapides, le fonctionnement des opérateurs s'est révélé si complexe, qu'il nous a fallu adapter la recherche et approfondir des questions initialement non prévues. Ainsi, le recueil des données de terrain s'est appuyé sur deux types de sources : les sources bibliographiques et l'enquête de terrain.

Les sources bibliographiques se composent d'abord de deux thèses de géographie régionale portant sur cet espace, rédigées par les géographes Daniel Faucher et Jacques Béthemont, respectivement en 1927 et en 1972. Elles offrent une perspective historique intéressante, la première étant située au commencement de l'arboriculture fruitière dans cet espace, la seconde prenant date au moment de sa modernisation[34]. En outre, des mémoires d'étudiants et rapports administratifs portant sur des portions de l'espace de la Moyenne Vallée du Rhône, à différentes dates, nous ont été confiés par les services documentaires des Chambres d'agriculture de la Drôme et de l'Ardèche[35]. Ils offrent des compléments d'information utiles sur les aspects agronomiques et technico-économiques du bassin de production. Le dernier corpus est constitué par les travaux menés pour le projet PSDR II. Ils rassemblent les comptes-rendus d'entretiens menés en 2002 auprès des acteurs institutionnels de la filière[36], avec la totalité des organisations de producteurs (OP) de la Drôme et de l'Ardèche[37], ainsi que les travaux de synthèse[38]. Ce précieux matériau a permis de comprendre rapidement le fonctionnement du bassin de production et de l'inscrire dans une perspective temporelle, en comparant l'état décrit en 2002 à celui observé au cours de la thèse (2005-2009).

Néanmoins, le plus important volume de sources provient de l'enquête de terrain, menée sur les quatre années de recherche auprès de 150 personnes. Elle articule plusieurs types de méthodes, appliquées à différentes échelles, en fonction du cheminement du raisonnement. Ainsi, entre enquêtes systématiques, observation participante et études localisées, nous allons détailler la méthodologie générale en replaçant chaque phase de recherche dans la chronologie de la construction de nos résultats.

Observation suivie et participante (2005-2009)

Un dispositif a été mis en place dès l'élaboration du projet de recherche à travers un partenariat avec les principales institutions professionnelles de la filière fruits, à l'échelle régionale. Ainsi, le Comité Stratégique Fruits Rhône-Alpes[39], le bassin Rhône-Méditerranée (BRM), l'association Fruit Plus (portant sur le bassin de production Moyenne Vallée du Rhône), les deux principaux syndicats (FDSEA et Confédération Paysanne) et la Maison Familiale et Rurale d'Anneyron furent les partenaires « officiels » du projet et consultés régulièrement tout au long du déroulement du travail. Ils intervinrent tous lors d'une série d'entretiens exploratoires au début du travail (hiver 2005-2006). Par la suite, des échanges

[34] L'article d'Alain Coustaury, étudiant sous la direction de Jacques Béthemont, alimente également la connaissance de la période de modernisation de l'arboriculture (Coustaury, 1966).

[35] Voir les travaux suivants : Alamandy et Orazzo, 1982; Bornand, 1972; Desmoulins, 1925; Dussert, 1969; Perignac, 1987; Pierre, 1989.

[36] 18 comptes-rendus d'entretiens réalisés par Jean Pluvinage, Stéphane Bellon, Sophie Dubuisson, Mireille Navarette, Christine De Sainte-Marie auprès des Chambres d'agriculture, de la SEFRA, de la DDAF, de l'INRA, de la FNPF, d'organismes techniques, etc.

[37] 17 comptes-rendus d'entretiens réalisés par Jean Puypalat.

[38] Notamment le rapport de synthèse final (Pluvinage et al., 2005), un mémoire de DEA de sociologie portant sur les types de configurations de mise en marché au sein des OP (Puypalat, 2002), un mémoire d'ingénieur portant sur la formation des prix au sein d'une OP de type syndicale (Monier, 2005).

[39] Tous ces organismes et leurs fonctions sont présentés dans le chapitre 1. Le glossaire récapitule les principales informations.

réguliers, sous formes d'entretiens directs ou téléphoniques, parfois informels, avec les animateurs ou représentants de ces institutions nous permirent de leur rendre compte de l'avancée de nos résultats et questionnements, et de rester informée de l'actualité « du terrain ». Au total, 19 entretiens approfondis et réunions ont été menés sur quatre ans auprès de ces six institutions. L'expertise de ces partenaires, leur très bonne connaissance de la filière et du terrain, les documents et informations confiés ont permis de préciser les hypothèses intermédiaires et d'alimenter notre questionnement tout au long du travail.

Parallèlement à ce dispositif partenarial formel, nous avons également adopté une observation participante à la « vie » du bassin de production entre 2006 et 2008 : participation aux récoltes d'abricots et de cerises, accompagnement de producteurs lors des livraisons des fruits à la coopérative et chez l'expéditeur, participation aux évènements tels qu'une dégustation de fruits organisée par les Jeunes Agriculteurs à Valence, fête de la poire de Moras-en-Valloire, conférences organisées par la MFR d'Anneyron, etc. De plus, des rencontres avec des acteurs locaux, non spécifiquement concernés par l'arboriculture mais fins connaisseurs du territoire, comme l'ethnologue Sylvette Berraud-Williams pour l'Ardèche[40] ou le géographe Alain Coustaury[41] pour la vallée du Rhône, ont permis d'élargir le point de vue de la seule entrée arboricole.

Enfin, il nous semble important de mentionner ici notre origine agricole drômoise. Notre ancrage dans ce milieu professionnel, aux portes de l'espace de la Moyenne Vallée du Rhône, nous en donne une connaissance préalable qui aura certainement pu influencer la formulation des hypothèses de recherche et la relation particulièrement étroite entretenue avec « le terrain ». Et cela explique surtout notre sensibilité face aux enjeux d'un tel travail, d'où découle notre attachement à la rigueur scientifique, afin de pouvoir être en mesure d'assumer pleinement la responsabilité de la signification qui pourra être donnée aux résultats.

Délimitation du terrain (2005-2006)

La première question à résoudre dans notre démarche fut la suivante : qu'est-ce que l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ? Quel terrain délimiter pour notre question ? Les sources mobilisées à ce moment là furent les travaux du programme PSDR II, les données statistiques du Recensement Général Agricole[42], et les enquêtes exploratoires menées auprès des partenaires du projet. Les résultats ont montré l'importance de travailler à l'échelle du bassin de production tout en l'insérant dans un jeu d'échelles, alimenté par des analyses locales et régionales, pour saisir l'articulation entre la structure du bassin de production et les stratégies de valorisation territoriale émergentes.

Enquête systématique de l'articulation bassin de production-territoires (2006)

Une grande enquête systématique a d'abord été menée au printemps 2006 à l'échelle du bassin de production. L'objectif était d'interroger les opérateurs du bassin de production et des institutions territoriales dans le but de caractériser, d'une part, les différentes formes de valorisation existantes dans le bassin, et parmi celles-ci, les initiatives individuelles ou collectives qui relèvent de valorisation territoriale (cf. Annexe 1). L'échantillonnage et le

[40] Elle travaille et a publié plusieurs ouvrages sur les métiers et traditions ardéchoises : le mariage, les bouilleurs de cru, la cuisine paysanne, les moulinages, etc.

[41] Il a notamment réalisé son Diplôme d'Etudes de Spécialité sur les évolutions de l'arboriculture fruitière sur le piémont ardéchois, sous la direction de Jacques Béthemont, ayant donné lieu à un article dans ce qui s'appelait la *Revue de Géographie de Lyon* (Coustaury, 1966).

[42] L'appellation Recensement Général Agricole (RGA) est valable pour les enquêtes des années 1979 et 1988. L'enquête de 2000 s'appelle désormais Recensement Agricole (RA). Comme nous utilisons les données de ces trois enquêtes et pour éviter toute confusion, nous utiliserons uniquement le sigle RGA pour évoquer cette source, en précisant l'année concernée.

guide d'entretien ont été élaborés à l'aide du cadre théorique du bassin de production et de la typologie des formes de valorisation territoriale.

Concernant le bassin de production, le plan d'échantillonnage élaboré visait une représentativité de la diversité des opérateurs (producteurs, metteurs en marché, distributeurs, système d'encadrement), et cela en termes de localisation au sein du bassin, d'âge (pour les producteurs seulement), et de stratégie de commercialisation (coopération, production-expédition, autres stratégies). Tous les échelons de la filière ont été approchés par 53 entretiens (cf. Tableau 3). Celui de la production et de la première mise en marché a néanmoins fait l'objet de la plus grosse investigation. Le choix fut centré sur cette entrée pour plusieurs raisons. D'abord, parce que c'est à ce niveau que se pose l'enjeu du maintien de la production. C'est également à l'échelle des exploitations qu'il y a le plus d'expérimentations concrètes (les projets collectifs et institutionnels donnent peu de résultats concrets finalement). En outre, lors du programme PSDR II, les OPA[43] et les OP avaient été enquêtées. Il nous a donc semblé pertinent de ne revoir que les principaux acteurs et opérateurs restants en 2006. Le temps ainsi dégagé nous a permis de compléter la connaissance de la production et des producteurs, des autres échelons de la filière, ainsi que des acteurs du territoire. Par ailleurs, revoir les OP quatre ans après le premier entretien a permis de les inscrire dans un axe temporel, de voir ce qui avait changé sur cette durée en pleine période de crise et de mutations.

L'identification des personnes à rencontrer n'a pas toujours été facile. Il convient ici de préciser notre démarche et d'en tenir compte dans l'interprétation des résultats, en particulier pour ce qui concerne les producteurs. En effet, s'il n'a pas été difficile d'identifier les institutions, les OP (référencées par l'organisation économique du BRM[44]), et dans une moindre mesure les expéditeurs (épluchage des pages jaunes de l'annuaire, liste des adhérents au syndicat régional des expéditeurs - exportateurs), il n'existe en revanche aucune liste exhaustive des producteurs de fruits. Réaliser notre échantillonnage nécessitant au minimum de connaître l'âge approximatif du chef d'exploitation, la localisation et la forme de commercialisation, il nous a fallu recourir à différentes sources d'informations : la liste des adhérents de l'association Fruit Plus[45] (l'animatrice nous renseignant sur l'exploitation) ; la base de données des anciens élèves et des maîtres de stage de la MFR d'Anneyron (le directeur nous renseignant sur l'exploitation) ; la liste des adhérents à la Confédération Paysanne ; et enfin, les connaissances des personnes ressources rencontrées (notamment les responsables professionnels). Le croisement de ces différentes sources permet de mixer les tendances syndicales et appartenances professionnelles (coopérateurs ou non ; etc.), et ainsi d'obtenir une représentation de la diversité des exploitations et de leurs stratégies de mise en marché.

[43] Organisations professionnelles agricoles.

[44] Bassin Rhône-Méditerranée.

[45] Association d'animation de la filière fruits du bassin de la Moyenne Vallée du Rhône qui fédère les Chambres d'agriculture de la Drôme, de l'Ardèche et de l'Isère. Voir une présentation détaillée dans le chapitre 1.

Tableau 3: Echantillonnage de l'enquête systématique du bassin de production réalisée en 2006

Localisation / Type d'opérateur	Plateau ardéchois	Nord Drôme/rive ardéchoise vallée du Rhône/Isère	Eyrieux	Sud Drôme	Nb entretiens total = 53
Pépiniériste		2 pépiniéristes (dont un spécialiste des variétés anciennes)			2
Arboriculteurs > 50 ans (perspective historique)	1 arboriculteur retraité, maire, responsable commission « espace » d'une intercommunalité	1 retraité 2 coopérateurs. 2 indépendants	1 indépendant, élu conseiller municipal		7
Arboriculteurs < 40 ans	4 indépendants 1 coopérateur	3 coopérateurs 3 en OP syndicale 2 indépendants	1 indépendant	1 indépendant 1 coopérateur 2 en OP syndicale	18
OP	-L'Iserine (animateur) -Rhodacoop (président et directeur) - Chanabel (responsable marketing) -GIE Hermitage Basse Isère (président et directeur) -Coopeyrieux (directeur) -Lorifruit (directeur)				8
Expéditeurs / grossistes	3 expéditeurs 2 producteurs-expéditeurs (avec activité de négoce) 2 grossistes				7
Distributeurs locaux intéressés par fruits locaux	1 Super U 1 point de vente collectif de producteurs 1 magasin de producteur				3
IAA	1 IAA de purées et coulis de fruits 1 distillerie				2
OPA d'encadrement	1 technicien arboricole CA 07 1 technicien arboricole retraité (dans CETA Drôme puis Loire) 1 technicien arboricole SEFRA/Ctifl 1 Chef de Centre INAO de Valence 1 Directeur Coop de France Rhône-Alpes-Auvergne				5

Concernant les acteurs des institutions territoriales, les collectivités territoriales concernées par l'espace de production fruitière ont été enquêtées de manière exploratoire au cours du mémoire de Master 2 Recherche (Praly, 2005). Celles présentant des projets ou actions liés à l'arboriculture ont ainsi pu être enquêtées en 2006 (cf. Tableau 4). Au total, trois élus de collectivités territoriales et dix chargés de mission ont été interviewés. Il nous a semblé en effet important de distinguer le discours des élus, révélateur des projets, de la place donnée à l'arboriculture de la part de la communauté locale, de celui des techniciens. Ces derniers sont mieux à même de rendre compte de la réalisation concrète des projets, de leurs éventuelles difficultés.

Tableau 4: Echantillonnage de l'enquête des acteurs des collectivités territoriales réalisée en 2006

Collectivité territoriale	**Localisation**	**Lien avec l'arboriculture**	**Nb entretiens total = 13**
Syndicat Mixte (SM) Drôme des collines	Nord Drôme	Actions de soutien dans le CDPRA. Reconnaissance identitaire des fruits. Participation au pôle de ressources fruits	2 chargés de mission agriculture 1 élu
Communauté de Communes (CC) Rhône-Valloire	Nord Drôme	Soutien à l'activité, participation au pôle de ressources fruits	1 chargé de mission agriculture 1 chargé de mission histoire 1 chargé de mission tourisme Participation soirée présentation schéma touristique
SM Ardèche Verte	Nord Ardèche	Soutien à l'activité	1 chargé de mission agriculture 1 élu
SM Val de Drôme **Et CC Val de Drôme**	Sud Drôme	Projets antérieurs de soutien à l'activité, de relance de la poire	2 chargés de mission agriculture 1 chargé de mission CDRA
Bougé Chambalud	Roussilon (Isère)	Projet de capitale des fruits	1 élu (maire)
SM Eyrieux-Ouvèze-Vernoux : projet de CDRA avec le grand Valence	Eyrieux et Valentinois		1 Chargé de mission

A la suite de cette première série d'enquêtes, dix initiatives collectives de valorisation en lien avec le territoire ont été identifiées (cf. Tableau 5). Parmi celles-ci, certaines appartenaient au passé, d'autres étaient en cours d'abandon, d'autres encore au stade de projet. Sur l'ensemble, huit cas ont été approfondis : recherche de documentation, enquête auprès de personnes ressources ou expertes (généralement les leaders du projet). Et trois d'entre eux (ceux du bas du tableau), particulièrement pertinents pour notre problématique, ont été suivis par observation participante du projet.

Tableau 5: Echantillonnage de l'enquête des initiatives collectives

Initiative	Acteurs initiateurs	Echelle d'action	Objet et Stade du projet en 2006	Méthode de documentation /suivi
Association Framboise d'Ardèche	Producteurs	Plateau ardéchois, zone de Vernoux	Obtenir une IGP En abandon car chute de la production	1 entretien avec présidente.
Association Pêche du Pays de Châteauneuf	Producteurs	Quelques communes autour de Châteauneuf	Obtenir une IGP Abandonné	1 entretien avec le leader
Association Pêche de l'Eyrieux	Producteurs	Vallée de l'Eyrieux	Obtenir une IGP Abandonné	1 mémoire de master I du LER
Pêche Nectarine de la Drôme	OPA (Fruit Plus)	Bassin de production	Obtenir une IGP Abandonné	1 entretien avec responsable + accès au dossier
Association des Arbo de Moras	Producteurs	Commune de Moras en Valloire	Organisation de la Fête de la Poire. En cours	5 entretiens avec les arbo + observation de la fête 2006 et 2008
Association Verger du Nord Ardèche	Producteurs	Plateau Ardéchois	Différenciation des fruits par la marque « Montagne de l'Ardèche ». En cours	1 entretien avec le président.
Projet de conservatoire des variétés de fruits à noyaux de la Drôme	OPA : Syndicat des pépiniéristes et porté par la Chambre d'agriculture 26	Drôme	Créer un conservatoire et un éco-musée associé. En cours	Participation aux 3 comités de pilotage de l'étude de faisabilité.
Comité Stratégique Fruits + Chambre régionale d'agriculture	OPA	Région Rhône-Alpes	Identifier les fruits régionaux par une signature. En cours	Evaluation de la saison 2006 par un stage d'étudiants ISARA.
Projet Fruits-Territoire	MFR d'Anneyron	Nord Drôme	Relancer l'arboriculture en valorisant ses atouts locaux. En cours.	Partenariat, entretiens avec responsables, participation aux différents évènements
Association pour la promotion de l'abricot Bergeron de Haute Ardèche	Producteurs	Moitié Nord de l'Ardèche	Obtenir une IGP En création	Participation aux 4 réunions de travail du conseil d'administration, entretiens avec responsables.

Excepté pour le suivi des initiatives collectives, toutes les enquêtes menées dans cette phase ont adopté une méthode d'entretien semi-directif (Blanchet et Gotman, 2003), permettant de saisir des informations qualitatives et surtout le raisonnement de l'acteur, par exemple dans l'élaboration de sa stratégie de commercialisation. Un guide d'entretien a été conçu pour chaque catégorie d'acteur interviewé : producteur, producteur-expéditeur, OP coopérative, OP syndicale, expéditeur privé, acteurs du système d'encadrement du bassin, élus des collectivités territoriales et chargés de mission[46]. Globalement, pour chacun, plusieurs grands thèmes étaient abordés :

- la représentation de leur espace et de la place de l'arboriculture dans celui-ci ;
- la description de leur métier (dans une perspective temporelle) et en particulier des stratégies de commercialisation ;
- leurs réseaux professionnels et territoriaux ;
- leur connaissances et opinions sur d'éventuelles formes de valorisation territoriale connues ;
- leurs caractéristiques personnelles.

Les entretiens ont tous été menés en face à face et enregistrés, puis retranscrits sous forme de fiche par acteur enquêté. Des analyses thématiques ont ensuite permis de questionner ce matériau. Les résultats ont mis en lumière trois éléments.

Approfondissements thématiques ou locaux (2007)

Les trois éléments révélés ont permis d'orienter la poursuite des travaux menés au cours de l'année 2007. Le premier concerne les initiatives collectives de valorisation territoriale, qui ont finalement toutes échoué. Ce constat a nécessité d'approfondir l'explication de ce phénomène par quelques enquêtes complémentaires auprès du centre INAO de Valence, par l'analyse de la bibliographie concernant les autres démarches existantes en France, et par l'étude du cas de la vallée de l'Eyrieux[47].

Le second élément révélé concerne les stratégies de mise en marché développées par les exploitations arboricoles. Les producteurs déploient plusieurs formes de commercialisation dont certaines sont non seulement mal connues empiriquement, mais également peu étudiées scientifiquement. Nous avons donc fait le choix de mener des enquêtes complémentaires sur ces circuits de mise en marché. D'abord, deux petits grossistes locaux ont été enquêtés. Ensuite, les marchés de production et les pratiques de vente directe ont fait l'objet d'études ciblées. Les deux marchés de production restant en Moyenne Vallée du Rhône ont d'abord été enquêtés durant l'été 2007, en plein fonctionnement : celui de Pont-de-l'Isère (26) et celui de Chanas (38). L'objectif était de comprendre le rôle qu'ils avaient aujourd'hui dans les circuits commerciaux du bassin, quels producteurs les fréquentaient et pourquoi, quels acheteurs y venaient et pour quelles raisons. L'enquête a été réalisée sur place, avant l'ouverture des transactions auprès des producteurs vendeurs, et ensuite auprès des acheteurs. Au total sur les deux marchés, dix-huit producteurs-vendeurs ont été interrogés, huit acheteurs, un grossiste-revendeur ainsi que cinq personnes chargées du fonctionnement de ces marchés

[46] Pour exemple, voir Annexe 2 le guide d'entretien pour les producteurs et Annexe 3 le guide d'entretien pour une OP.

[47] Cette vallée a fait l'objet d'un mémoire de Master I 'Etudes Rurales' du LER de l'Université Lyon II réalisé par Pierre Caritey. Il a réalisé un travail de synthèse sur la naissance, le développement et finalement la crise de l'arboriculture dans cette vallée qui pourtant rassemblait de nombreux atouts pour prétendre à un signe de qualité (Caritey, 2007). L'histoire spécifique de cette vallée est riche d'enseignements pour analyser l'articulation entre les initiatives locales et la dynamique d'ensemble du bassin de production.

(responsables, garde, « peseur », régisseur). Ensuite, deux séries d'enquêtes spécifiques ont été menées sur la vente directe. L'enjeu était de mieux cerner ce que recouvrait cette pratique : quels producteurs faisaient de la vente directe, comment, depuis quand, quels liens au territoire étaient valorisés ? Il s'agissait de comprendre si cette pratique était seulement un artefact conjoncturel ou plutôt une tendance forte en augmentation, questionnant alors le modèle d'organisation actuel du bassin. Aussi, une première enquête a été réalisée en saison, en août 2007, auprès de quinze stands de vente de fruits visibles au bord de la route. Puis une seconde enquête approfondie a été menée, par des entretiens semi-directifs conduits par des étudiants de l'ISARA-Lyon en hiver 2007-2008 auprès de dix-neuf producteurs pratiquant la vente directe.

Enfin, le troisième élément issu des travaux de 2006 concerne le besoin de connaître davantage les pratiques et perceptions des consommateurs locaux et régionaux vis-à-vis des fruits. Certes, réaliser une véritable étude des consommateurs et de la consommation régionale aurait nécessité des moyens que nous n'avions pas. Néanmoins, par le biais d'opérations pédagogiques de l'ISARA-Lyon[48], des étudiants ont pu être mobilisés pour réaliser des enquêtes qualitatives auprès des consommateurs. Les questionnements portaient sur leurs différentes pratiques d'achat de fruits (notamment sur les circuits de proximité), leurs connaissances et représentations des fruits régionaux. L'opération ayant été répétée durant trois ans, au total 97 consommateurs de la région lyonnaise ont été enquêtés (en 2005 et 2006) ainsi que 41 consommateurs du Nord Drôme (en 2007). En outre, une enquête qualitative a été réalisée par nous même à Valence, auprès de 18 passants venus déguster des fruits sur le stand des Jeunes Agriculteurs en juin 2007. Le questionnement portait sur les pratiques et motivations d'achat de fruits et notamment de fruits locaux.

L'ensemble de ces approfondissements a conforté les premiers éléments issus de l'enquête systématique de 2006 : la diversité de circuits de commercialisation utilisés par les producteurs apparaissait fondamentale pour expliquer le maintien de la viabilité économique des exploitations. Est-ce un simple effet de conjoncture, lié à la crise actuelle, ou cela révèle-t-il une tendance de fond qui transforme le bassin de production ? Nous avons eu besoin de tester ce résultat auprès de quelques acteurs clefs du bassin pour vérifier sa portée.

Validation des tendances observées (2008-2009)

Ce résultat a été mis à l'épreuve de deux manières. D'abord, nous avons rencontré deux directeurs d'OP et deux chargés de mission des organisations professionnelles de la filière au cours de février 2008. L'objectif de ces rencontres était de leur soumettre nos résultats concernant l'évolution des modes de commercialisation des exploitations et, premièrement, de recueillir leur réaction, puis, deuxièmement, de les interroger sur les éventuelles conséquences de ces évolutions sur les structures qu'ils représentaient. Il nous semblait en effet particulièrement révélateur de tester ces conclusions auprès des représentants des organisations porteuses de la dynamique héritée du bassin de production. Ils étaient de fait les acteurs les plus susceptibles d'infirmer notre constat. Or, trois d'entre eux ont confirmé nos observations et fait part de leurs différentes interrogations quant à la viabilité du fonctionnement actuel du bassin de production.

Pour consolider notre résultat d'une seconde manière, nous avons mené une analyse économique des prix/charges par type de circuit de commercialisation sur le cas d'une exploitation. L'enjeu était de proposer quelques éléments tangibles de comparaison économique entre les différentes formes de mise en marché ainsi que d'avancer des éléments de réponse aux préjugés concernant cette question. L'exploitation étudiée a été choisie pour

[48] Dans le cadre d'un module d'enseignement intitulé « techniques d'enquêtes sociologiques » qui concerne les étudiants en 3ème année d'école.

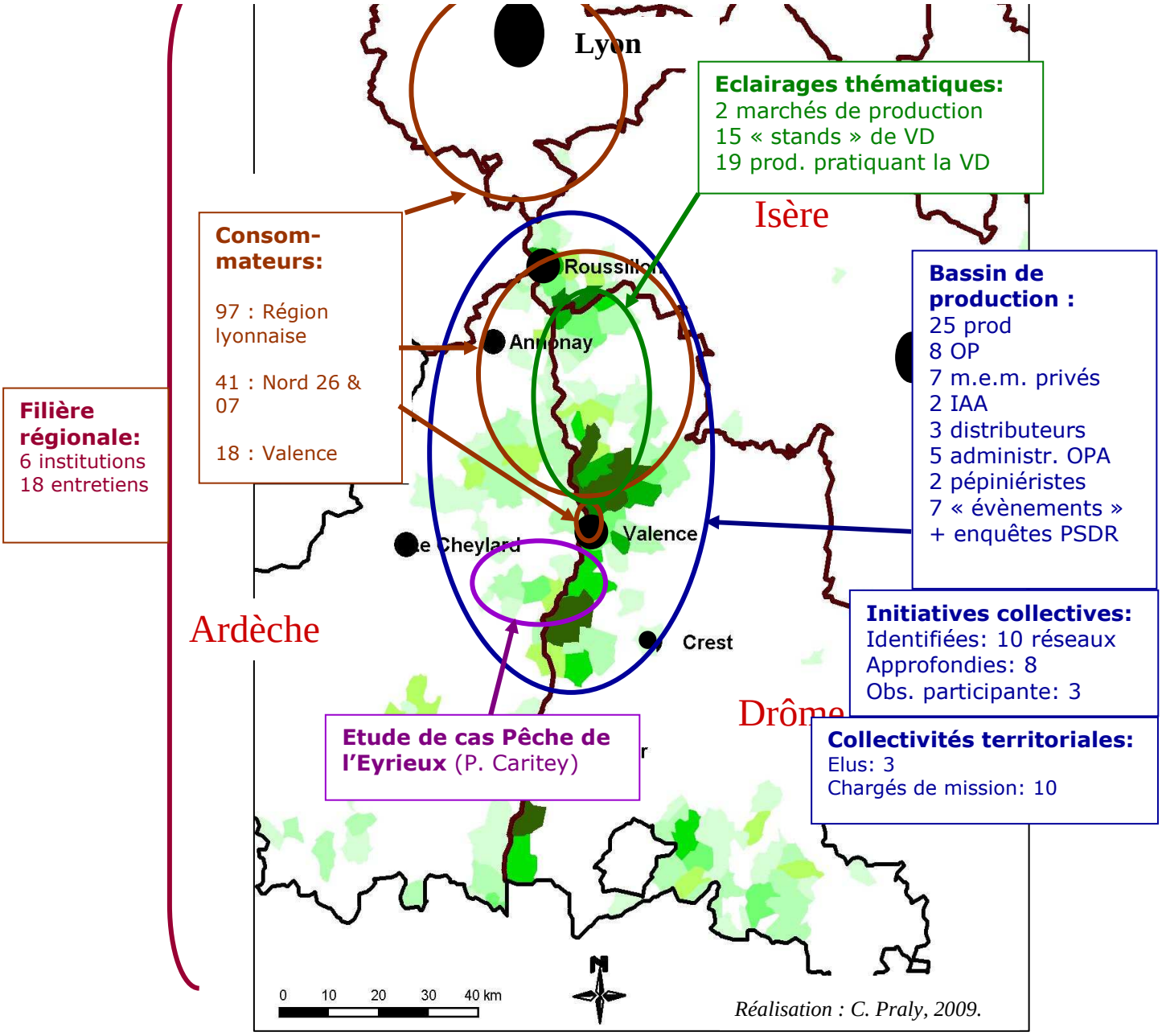
deux raisons : d'une part parce qu'elle combine trois types de circuits de commercialisation dont la coopérative, et d'autre part parce que le producteur a accepté de nous fournir les éléments chiffrés de son activité.

Pour terminer, si l'année 2009 a été consacrée à la rédaction elle n'en fut pas moins ponctuée de quelques entretiens complémentaires, toujours dans la perspective de suivi de l'évolution du bassin. Plus particulièrement, le producteur dont l'exploitation a fait l'objet de l'analyse économique a été rencontré afin de confronter les résultats à la tendance actuelle. De même, un bilan de l'organisation économique du bassin de production a été réalisé à l'automne 2009, ce qui permet de le mettre en perspectives des constats réalisés en 2002 (enquête PSDR II) et en 2006 (enquête systématique du bassin).

Bilan cartographié des enquêtes

En définitive sur les cinq années de travail, nous avons interrogé 85 personnes lors de 105 entretiens longs (de 1h à plus de 3h, certaines personnes ayant été rencontrées à plusieurs reprises), et plus de 60 personnes lors d'entretiens courts. Nous avons participé ou assisté à 18 réunions ou opérations collectives portées par les réseaux locaux ainsi que passé sept journées à participer à « la vie » de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône (comme les récoltes, les livraisons, etc.). Cette approche plurielle et multiscalaire du bassin de production et de ses formes de valorisation territoriale est représentée sur la carte suivante (Figure 2).

Figure 2: Cartographie des enquêtes



Discussion de la méthode

Plusieurs points de cette méthodologie méritent qu'on s'y arrête. Les choix opérés sont ceux qui nous ont semblé les plus pertinents en regard de l'objet étudié et des contraintes de temps et de moyens. Ils apportent un certains nombre d'avantages, mais ils ont également des limites.

D'abord, en comparaison aux thèses soutenues dernièrement sur la thématique des formes de valorisation territoriale, l'analyse d'un seul « terrain » peut paraître surprenante. La tendance actuelle favorise les approches comparatives[49] de plusieurs cas afin d'en dégager les grands mécanismes, les facteurs favorables, contraignants, etc. Le projet de recherche initial envisageait d'ailleurs une comparaison internationale entre les démarches de valorisation territoriale observées en Moyenne Vallée du Rhône et celles existantes en Italie (pomme Melinda AOP) et en Suisse (marque Suisse Garantie). Mais l'analyse des premiers résultats tirés de l'enquête de 2006, en particulier l'échec des initiatives collectives, ainsi qu'un premier voyage d'étude réalisé en Suisse (Genève, cantons de Vaud et Valais) ont conduit à l'abandon du projet de comparaison internationale à la faveur d'un approfondissement du cas de la Moyenne Vallée du Rhône. En effet, la méthode comparative suppose une analyse des terrains nécessairement restreinte, centrée sur un angle d'attaque précis émanant des hypothèses initiales. Or, l'étude de phénomènes en émergence, mouvant, comme c'est le cas en Moyenne Vallée du Rhône, nécessite une approche plus complexe, croisant différentes entrées théoriques et thématiques afin de comprendre les mécanismes à l'œuvre. Concentrer le travail sur un seul terrain nous a ainsi permis d'approcher les différents types d'opérateurs du bassin et du territoire, et d'intégrer une dimension temporelle. Dans la méthode d'enquête, il nous a semblé fondamental de ne pas rencontrer seulement les « portes-paroles », responsables professionnels et quelques leaders charismatiques qui sont les personnes fréquemment questionnées dans les travaux, mais d'entendre aussi et peut-être surtout les « sans-casquettes », adaptant leurs pratiques aux évolutions actuelles et représentant parfois des points de vue oubliés par les discours officiels[50]. Ce n'est qu'une fois cette étape franchie, le fonctionnement de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône étant bien élucidé, qu'une comparaison peut s'avérer opératoire, d'autant plus avec des situations aussi différentes que sont celles de la Suisse (marché encore protégé) et de l'Italie (place importante de la coopération dans la production et la distribution, grande autonomie régionale).

En termes de limites, nous tenons à mentionner la difficulté de travailler sur un objet en émergence, donc mouvant. Certaines initiatives collectives identifiées et suivies dans la première année de thèse ont été abandonnées, d'autres ne parviennent pas à aboutir, d'autres ont émergé beaucoup plus tard. Il s'est agi de distinguer les causes sous-jacentes, entre vrais problèmes organisationnels ou commerciaux et jeux de pouvoirs personnels dans un contexte où les enjeux politiques étaient exacerbés[51].

Enfin, malgré une grille d'analyse large, l'échelon de la distribution régionale est certainement celui qui fut le moins traité. Cela pour deux raisons. L'hypothèse initiale postulait que la mobilisation de ressources territoriales pouvait se faire à travers le rapprochement production-consommation, ce qui suppose donc une émancipation des circuits

[49] C'est le cas des thèses suivantes : Francois, 2007; Frayssignes, 2005; Hirczak, 2007; Scheffer, 2002; Vandecandelaere, 2002.

[50] Pour ne donner que quelques exemples, c'est le cas du producteurs qui n'a aucune idée de l'existence de projets de soutien à l'agriculture de la part des collectivités territoriales ; c'est aussi le cas du chargé de mission agricole de la collectivité territoriale qui explique que les projets rédigés sont en réalité sous-réalisés ; c'est enfin le cas des producteurs qui affirment réaliser une part importante de leurs chiffres d'affaires par des circuits alternatifs à l'expédition de masse quant les discours officiels jugent ces circuits marginaux.

[51] Enjeux à la fois professionnels et généraux, puisque les élections des Chambres d'Agriculture ont eu lieu en janvier 2007 et les élections municipales et législatives sont intervenues au printemps 2008.

de la distribution dominante. Ensuite, parce que l'échelon de la distribution, concentré par la grande distribution, est celui qui pèse le plus sur les prix et semble le moins favorable à l'émergence de formes de valorisation territoriale (par la concentration des enseignes et leurs stratégies de marques de distributeurs). En outre, les enquêtes menées auprès des différents opérateurs, des consommateurs ainsi que la bibliographie permettent d'appréhender, de manière certes trop générale et indirecte, les stratégies développées actuellement dans la distribution.

Annonce du plan

Les résultats de ce travail sont exposés en deux parties. La première est consacrée à l'analyse systémique du bassin de production, menée à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône. Il est interrogé selon plusieurs pas de temps et dans un jeu d'échelles local/global afin de révéler sa dynamique et sa capacité ou ses difficultés à s'adapter aux contingences économiques. Ainsi le premier chapitre vise à caractériser l'état et le fonctionnement du bassin de production tel que nous l'avons découvert en 2006, au début de la thèse. Le second chapitre enrichit cette description par l'histoire de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône des années 1900 à la décennie 1980. Enfin, le troisième chapitre analyse les tensions qui traversent le bassin de production depuis 1992 à aujourd'hui sous l'influence d'un contexte économique en pleine évolution et de tentatives d'identifications territoriales de la production.

A l'intérieur de ce système sous tensions, quelles sont les stratégies des acteurs du bassin pour valoriser les ressources territoriales ? C'est la question traitée dans la seconde partie, par une analyse microsociale menée sur le pas de temps de la thèse (2006-2009), au cœur du fonctionnement des acteurs. Elle analyse la diversité des stratégies déployées par les différents types d'opérateurs composant le bassin, en tension entre la logique systémique héritée et des adaptations pour maintenir leur viabilité économique dans le contexte actuel. Le quatrième chapitre propose une typologie des stratégies de valorisation des exploitations arboricoles. Le cinquième chapitre analyse plus en détail l'évolution récente des pratiques de commercialisation des exploitations, identifiant et décrivant deux types de circuits en émergence, les circuits régionaux et la vente directe. Le sixième chapitre porte sur les intermédiaires de ces circuits de commercialisation, appelés « circuits de proximité » (grossistes, marchés de production, détaillants, industries agroalimentaires, consommateurs) et sur la manière dont ils valorisent la production de la Moyenne Vallée du Rhône. Enfin, le rôle des collectivités territoriales du bassin de production est interrogé dans le chapitre sept, ces acteurs étant compétents pour intervenir en matière agricole.

Première Partie
-
L'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, de la construction du bassin de production à ses remises en question

« Une corne d'abondance et une peau de chagrin,
voilà ce que ça a été pour nous le pêcher. »

(Gérard Roch, arboriculteur, Châteauneuf-sur-Isère, printemps 2002)

Avant de pouvoir comprendre quelles formes de valorisation territoriale existent ou émergent dans l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, il est nécessaire de caractériser les différents composants de cet objet de recherche : Qu'est-ce que l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône et qu'est-ce que l'entité « Moyenne Vallée du Rhône » ? Quels sont ses liens avec son espace, son ou ses territoires ? En quoi contribuent-ils à son fonctionnement, à son efficacité économique, à expliquer sa dynamique spatiale ?

Pour répondre à ces interrogations, cette première partie consiste en la définition et la caractérisation de l'objet « arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône » ainsi qu'en l'explicitation de sa logique dominante de fonctionnement. Pour comprendre ce fonctionnement, l'analyse spatiale de l'articulation entre l'arboriculture fruitière et ses territoires sera menée selon plusieurs pas de temps et plusieurs échelles.

Chapitre 1 :
Le bassin de production en 2006, une logique organisationnelle pour valoriser la diversité de la production

L'objectif de ce chapitre est de présenter l'état des lieux et le fonctionnement de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006, date de début de cette recherche. La description progressive de l'arboriculture, de ses acteurs, de ses territoires et de ses liens avec eux permet de dessiner les contours de cet objet. Voyons, en présentant pas à pas chacun des constituants de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, comment cet ensemble a priori très hétérogène fait système.

Nous présenterons d'abord l'arboriculture et sa géographie à l'aide de la notion de filière[52]. Jean Vaudois (2000) en donne une définition précise sur laquelle nous nous appuierons essentiellement. La filière est envisagée au sens large, comme « *un système à trois composantes constitué d'un sous-système de production-distribution-consommation* [PDC], *d'un sous-système d'encadrement et du sous-système constituant l'environnement de la filière* » (p. 66). Le sous-système PDC, la filière au sens strict, représente l'ensemble des agents économiques qui participent à la production, à la transformation et à l'acheminement des produits vers leurs destinataires finaux, les consommateurs. Le sous-système d'encadrement comprend l'ensemble des agents économiques, administratifs et politiques qui agissent directement sur le fonctionnement de la filière, en fixant son cadre d'activité et ses règles de fonctionnement, en fournissant les moyens matériels et intellectuels de son fonctionnement, en régulant et en orientant la production, les échanges et la consommation. Il comprend les services de l'Etat et des collectivités territoriales, les organisations professionnelles et interprofessionnelles, les banques, les organismes et entreprises du secteur recherche/enseignement/développement. Sous-système PDC et sous-système d'encadrement fonctionnent en interaction étroite, ils forment la filière au sens large. Celle-ci entretient des séries de relations dynamiques avec un environnement complexe, le sous-système environnement. Ce dernier comprend notamment les facteurs régissant l'évolution de l'économie générale, les transformations de la société globale, les relations internationales et les évolutions des autres composantes du complexe agro-industriel et alimentaire, les filières des autres productions.

Le regard portera ensuite sur l'espace et les territoires que recouvre cette filière, et sur la manière dont elle s'y insère, afin d'identifier et de localiser les différents types de liens existants entre arboriculture et espace.

Puis nous analyserons, en dernier lieu, quelles sont les articulations entre l'ensemble des composants précédemment détaillés, c'est-à-dire entre des arboricultures différemment adaptées à une diversité de contextes territoriaux, et en quoi ces articulations expliquent le fonctionnement de l'entité « arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ». Nous mènerons la réflexion à l'aune de la notion de bassin de production, qui est issue de l'analyse des liens entre la filière et son milieu géographique. Selon Jean Vaudois (2000), un bassin de production est l' « *expression territoriale de l'activité des agrofilières et des rapports de ces dernières avec le milieu dans lequel elles s'inscrivent, les bassins de production sont des espaces géographiques spécialisés, structurés par les flux entretenus entre les exploitations*

[52] La notion de filière agroalimentaire est développée par J.A. Davis et R.A. Goldberg à la fin des années 1950 (1956-57) pour expliquer l'intégration des exploitations agricoles dans le complexe agro-industriel. Les économistes agroalimentaires français l'ont ensuite développée, notamment Louis Malassis.

productrices, entre ces dernières et les acteurs économiques et institutionnels de la filière considérée, entre l'ensemble ainsi formé et les acteurs du territoire support." (p. 67). D'après cette définition, c'est l'architecture des flux qui délimite l'espace du bassin de production : « *Appréhendés du point de vue des exploitations agricoles, ces flux s'articulent en réseaux de natures diverses: familiaux, syndicaux, techniques, économiques. Fondés sur des relations de proximité, ils sont organisés à partir de pôles structurants, qui constituent autant de lieux centraux du système territorial ainsi défini.* » (p. 67).

I. La filière arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône

Il s'agit dans un premier temps de définir et de localiser la filière arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône. Nous caractériserons d'abord la production, avant de décrire les différents opérateurs du système PDC, puis ceux du système d'encadrement influençant son fonctionnement.

1. Caractérisation de la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône

L'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ne correspond à aucune entité définitivement délimitée. Aucun des découpages administratifs français ne convient. La Région Rhône-Alpes est trop vaste. Les départements de la Drôme, de l'Ardèche et de l'Isère sont concernés mais seulement pour une petite partie de leurs territoires. Les découpages infra départementaux sont en revanche trop restreints. Pour autant, la dénomination « Moyenne Vallée du Rhône » est utilisée de manière informelle dans les organisations arboricoles pour désigner globalement l'espace situé le long de l'axe rhodanien[53]. Les bornes de cette entité sont mouvantes selon qui s'exprime, ou selon le projet évoqué. Sur l'axe nord-sud, l'écart le plus vaste est compris entre Vienne (38) au nord, et Avignon (84) au sud. Les représentants d'organisations départementales et régionales de la Région Rhône-Alpes arrêtent volontiers leurs limites au niveau de leurs propres limites administratives de compétence. Plus surprenant, la question de la délimitation sur l'axe est-ouest est littéralement absente de tous les documents consultés. Par défaut, ils s'appuient implicitement sur les limites départementales. A l'intérieur de ce périmètre, les marges de l'arboriculture sont floues. Il est donc nécessaire de délimiter l'espace concerné par la production fruitière, ainsi que d'identifier et de caractériser ce que nous appellerons « l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ».

En 2006, l'unique source concernant la localisation précise des vergers à l'échelle infra départementale est le recensement agricole datant de l'année 2000 (RGA 2000). Des « enquêtes vergers » ont été publiées en 2002 et 2007 par les services d'Agreste, mais ils produisent des chiffres départementaux estimés à partir d'enquêtes réalisées sur des échantillons. Par ailleurs, la Chambre d'agriculture de la Drôme a entrepris, en 2005, la réalisation d'une enquête visant au recensement exhaustif de la totalité des vergers départementaux à l'échelle communale. En 2007, la Chambre d'agriculture de l'Ardèche a également entrepris cet inventaire pour son propre territoire. Mais ce très vaste chantier n'a pas encore pu être finalisé. En 2009, les services consulaires ne sont pas en mesure de nous fournir des chiffres suffisamment précis. Aussi, malgré l'évolution rapide des surfaces de vergers au cours des dernières années, nous ne pouvons nous fonder que sur les chiffres issus du RGA 2000, à partir duquel nous disposons de deux jeux de données.

Le premier correspond aux données générales, éditées à l'échelle communale pour toute la France. Pour ce qui concerne l'arboriculture, ces données contiennent une catégorie « verger

[53] Sources : entretiens personnels menés en 2005 et 2006, documentation grise de ces organisations.

six espèces » qui inclut les pommes, les poires, les pêches-nectarines, les abricots, les prunes et les cerises. Le RGA 2000 renseigne ainsi sur les surfaces de vergers six espèces par commune et sur le nombre d'exploitations agricoles ayant un verger six espèces par commune. Ce premier jeu de données communales permet une analyse précise de la localisation des vergers à partir de laquelle nous délimitons l'entité « arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ».

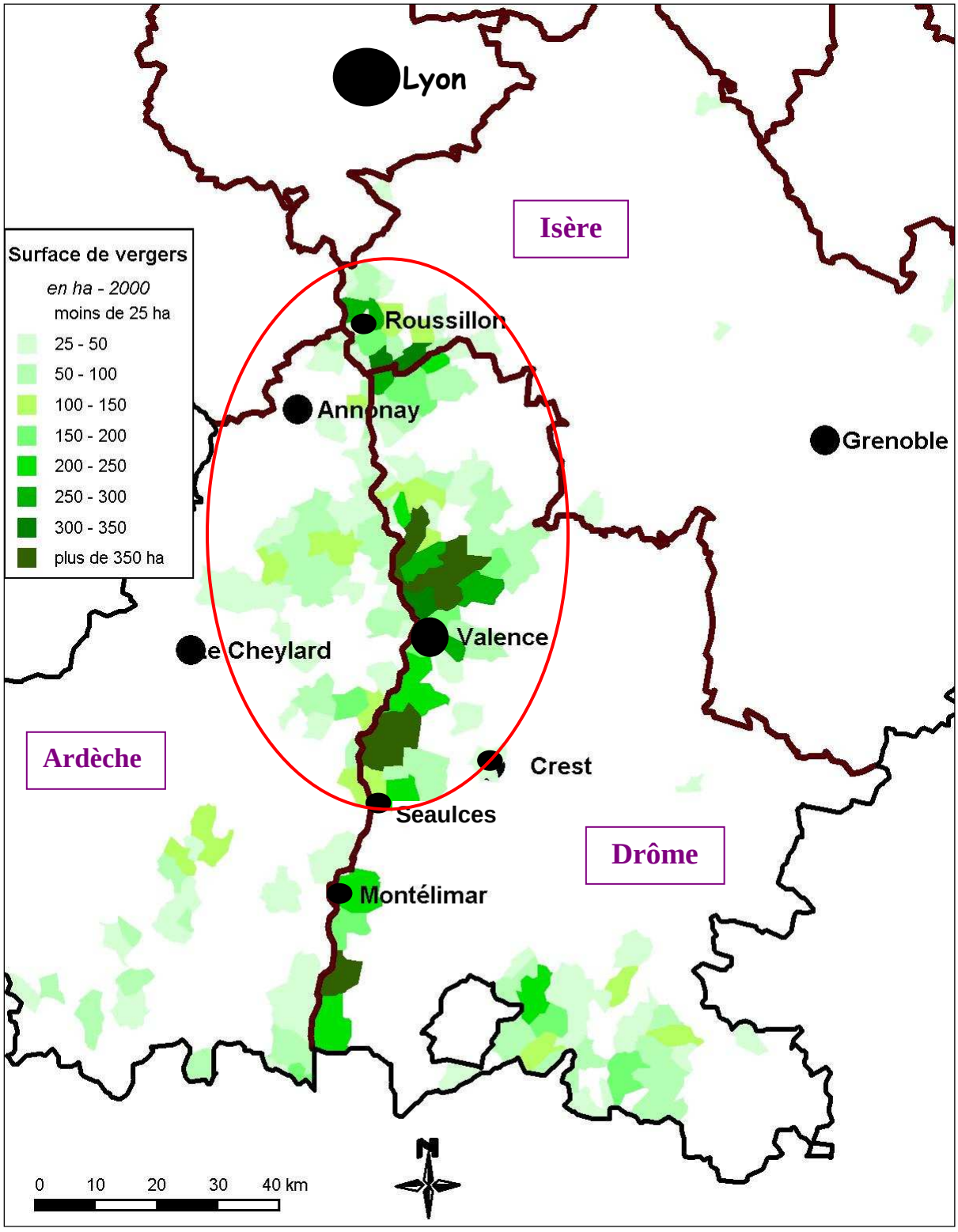
Le second jeu de données issues du RGA 2000 correspond à une extraction réalisée sur notre commande pour les départements de la Drôme, de l'Ardèche et de l'Isère. Le tri opéré vise à obtenir la répartition spatiale des vergers par espèce, et à dégager les caractéristiques propres des exploitations arboricoles (qui déclarent posséder un verger). Compte-tenu de la règle de confidentialité[54], l'extraction a été réalisée à l'échelle du canton. Ce second jeu de données permet de caractériser la production et les exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône tout en conservant une dimension spatiale, à l'échelle des cantons.

a) Délimitation de l'espace « arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône »

Une première carte des surfaces de vergers six espèces en 2000 (Carte 1) montre leur localisation dans la partie sud de la Région Rhône-Alpes, à cheval sur la Drôme (26), l'Ardèche (07) et quelques communes du sud-ouest de l'Isère (38). Plus précisément trois espaces de vergers se dessinent sur la carte. Le premier, au sud-est de la Drôme, correspond à la petite région des Baronnies. Le second rassemble les quelques communes au sud de Montélimar et le sud des Cévènnes ardéchoises. Enfin, le troisième et plus important espace de vergers est situé le long de l'axe rhodanien, entre les communes de Seaulces (au sud) et de Roussillon (au nord), et qui s'étend presque jusqu'au Cheylard à l'ouest et jusqu'à Crest et aux limites du département de la Drôme à l'Est.

[54] Les statistiques dont le chiffre est inférieur à trois sont classées confidentielles pour protéger l'anonymat. A l'échelle des communes et avec des critères de tri sélectifs (comme le nombre d'exploitations arboricoles pratiquant la vente directe) ce niveau de confidentialité serait trop souvent atteint.

Carte 1: Localisation des vergers de la Moyenne Vallée du Rhône



Sources : fond IGN, source RGA 2000 Agreste. Réalisation C. Praly.

Les deux cartes suivantes présentent deux caractéristiques indicatrices du taux de spécialisation de l'agriculture communale en arboriculture : le taux de surface agricole utile (SAU) communale occupée par des vergers six espèces (Carte 2), et le taux d'exploitations communales ayant un verger six espèces (Carte 3). Ces cartes font apparaître plus nettement la séparation géographique entre les trois entités d'espaces arboricoles.

En ce qui concerne l'entité centrale, que nous considérons comme l'espace productif de la Moyenne Vallée du Rhône (entouré en rouge sur les cartes), les cartes montrent un gradient de concentration des vergers et de spécialisation arboricole croissant depuis les marges latitudinales vers l'axe rhodanien. Ainsi, il y a plus de surfaces de vergers dans la vallée du Rhône que dans les piémonts drômois et ardéchois. De même, l'arboriculture occupe une place plus importante dans la SAU communale et est présente dans plus d'exploitations de la vallée du Rhône que dans les communes qui en sont plus éloignées.

L'analyse statistique nous permet ainsi de délimiter précisément l'espace productif de la Moyenne Vallée du Rhône. Il est en effet possible d'identifier un espace marqué par la spécialisation en production fruitière : il contient les communes dont plus de 5% de la SAU est couverte par des vergers 6 espèces et dont plus de 30% des exploitations possèdent un verger 6 espèces. Cet espace productif est continu entre Seaulces et Roussillon sur l'axe sud-nord, le long du Rhône qui joue le rôle de frontière administrative entre les départements de la Drôme et de l'Ardèche. Cet axe rhodanien, qui présente la plus forte concentration arboricole, ressemble à une épine dorsale à partir de laquelle la spécialisation arboricole décroît progressivement et inégalement en direction de l'Est et de l'Ouest.

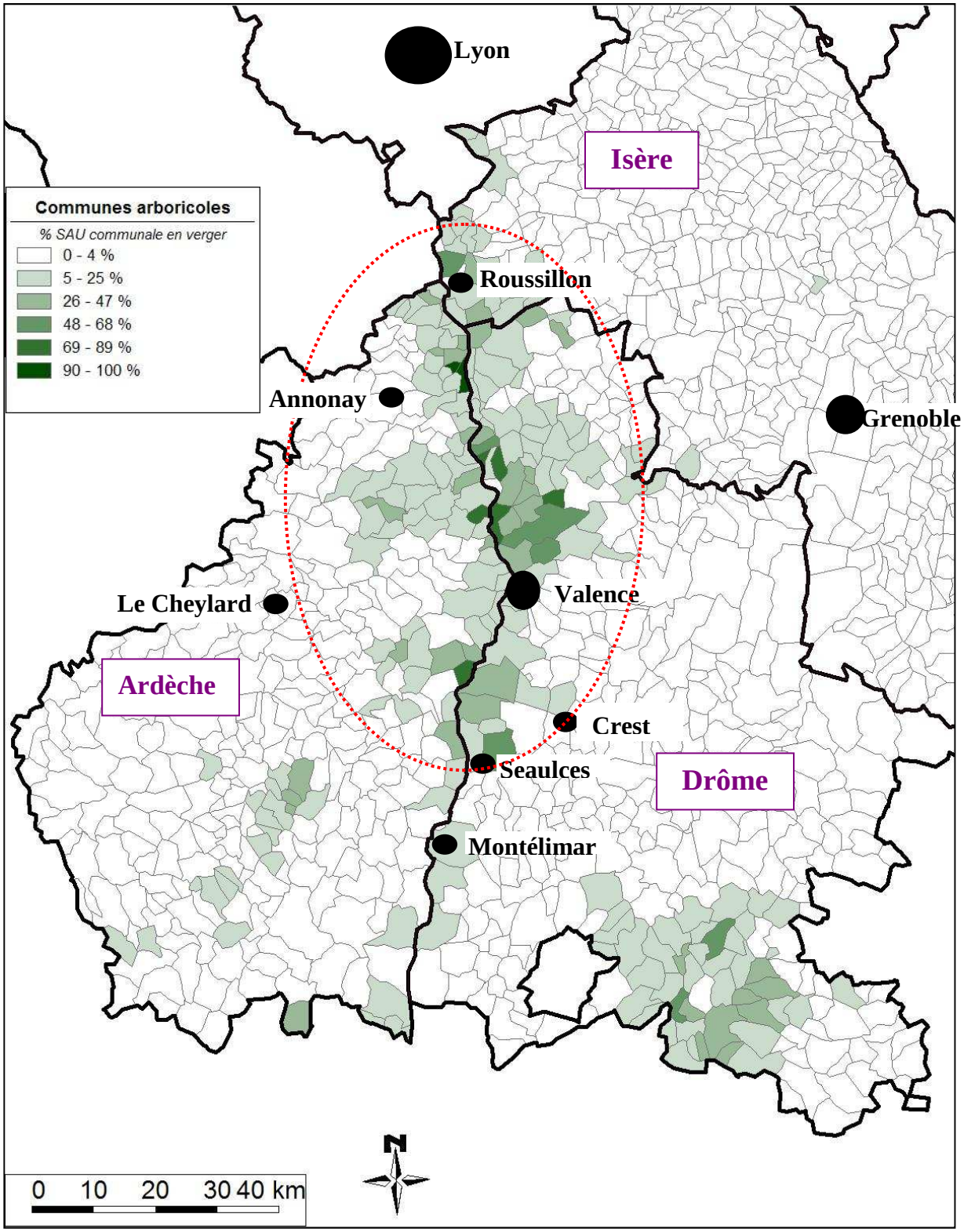
b) Caractérisation de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône

Pour caractériser cet espace productif à partir des sources statistiques existantes, nous avons sélectionné l'ensemble des cantons qui contenaient les communes précédemment identifiées. Ainsi, l'espace de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône telle que nous l'avons définie couvre 31 cantons et 301 communes (Carte 4).

En 2006, l'arboriculture est une activité qui occupe une place importante dans cet espace (Tableau 6) à la fois en termes d'activité agricole et d'emploi local. En moyenne, elle est présente dans plus de 38% des exploitations agricoles et elle occupe près de 10% de la SAU totale. Elle emploie l'équivalent de 8 538 travailleurs à temps plein, soit 1,7% de la population totale[55]. Par ailleurs, l'arboriculture dans la Moyenne Vallée du Rhône est majoritairement pratiquée sur des exploitations de taille moyenne (le verger moyen est de 5,7 ha par exploitation), familiales (54% de la main d'œuvre est familiale) et qui cultivent plusieurs espèces de fruits.

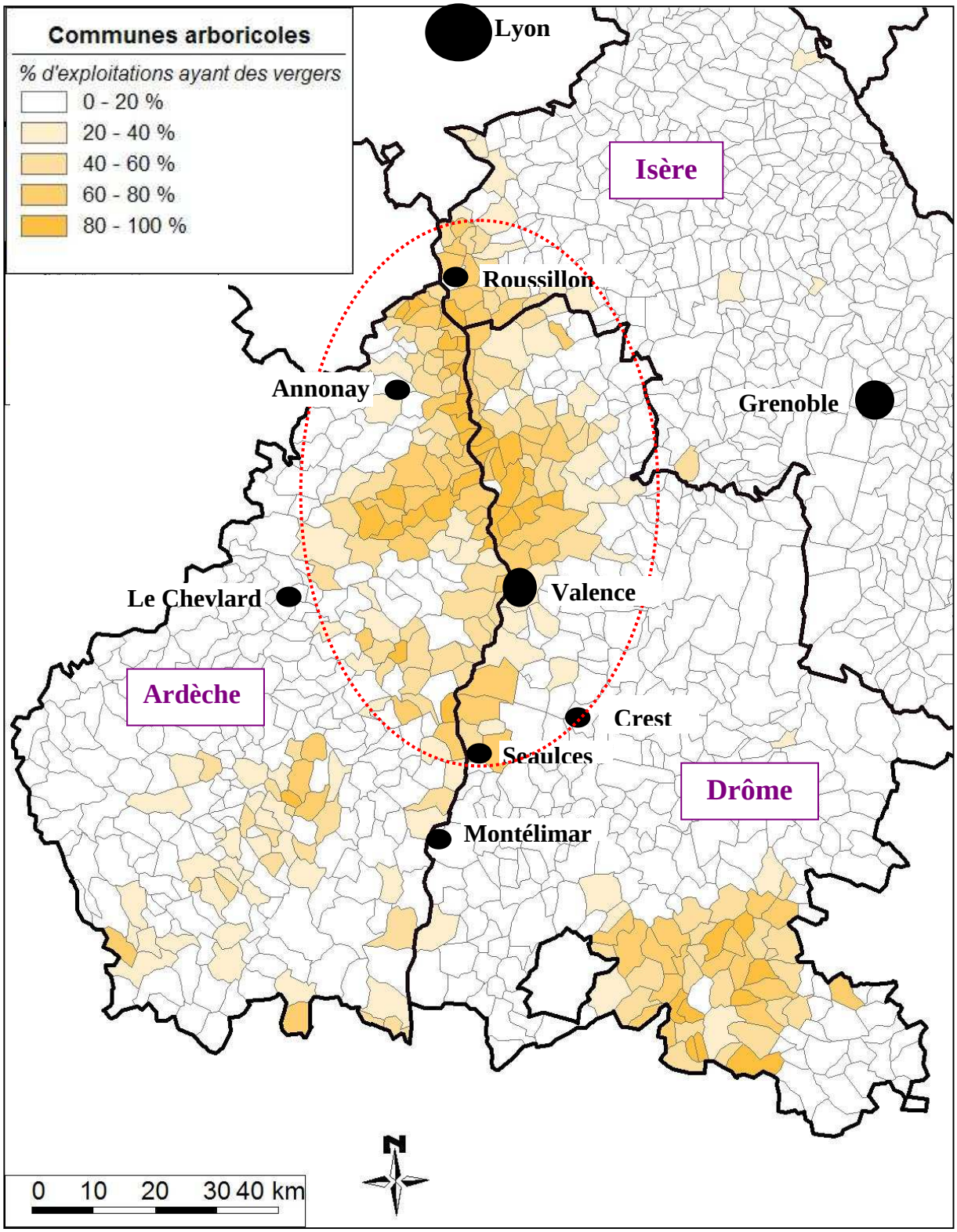
[55] Etant donné que 38% de la main d'œuvre est constituée d'ouvriers saisonniers, le travail dans les vergers concerne en réalité beaucoup plus que 8 538 personnes chaque année.

Carte 2: Géographie de la spécialisation fruitière en pourcentage de SAU communale (2000)



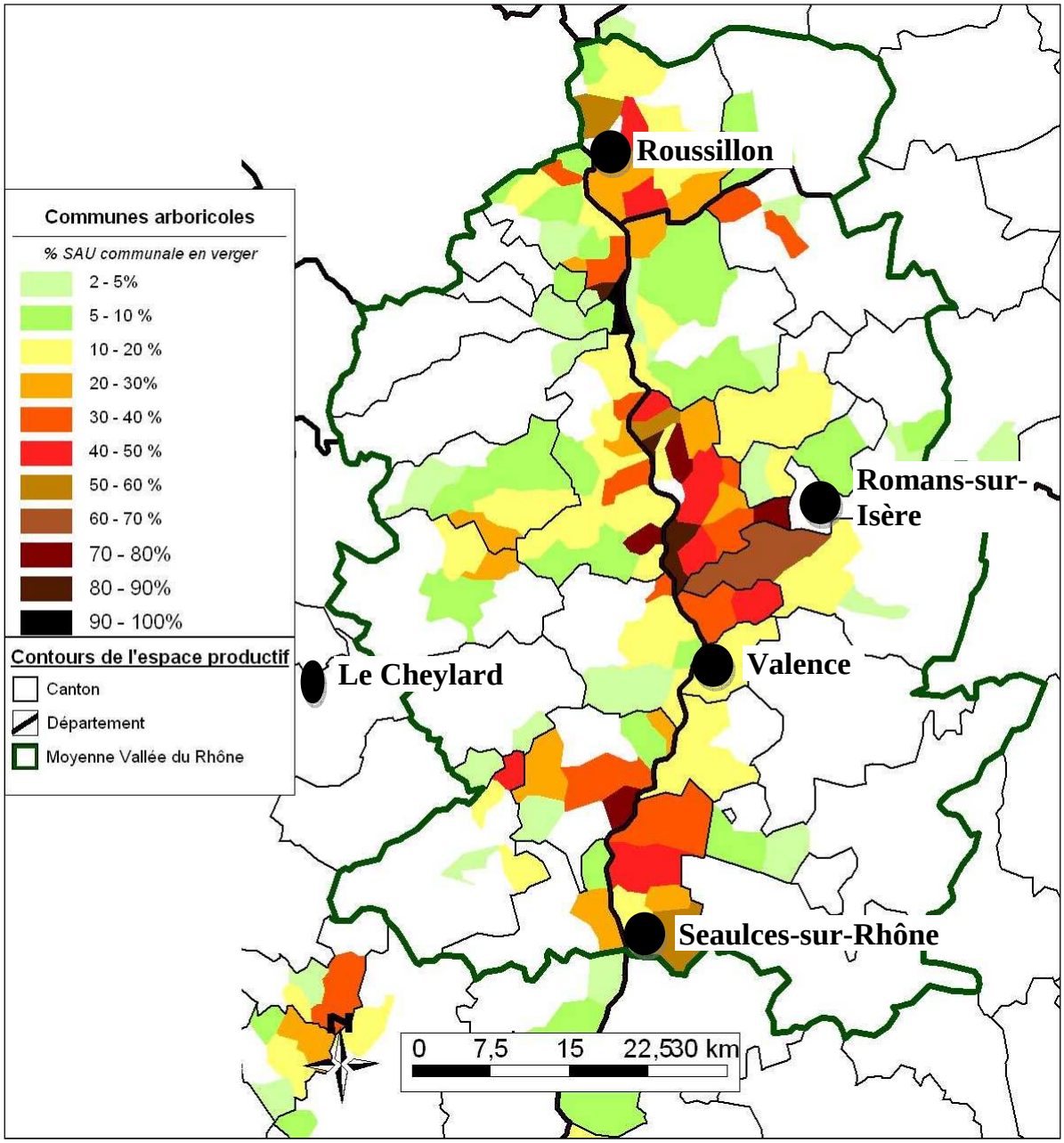
Sources : fond IGN, source RGA 2000 Agreste. Réalisation C. Praly.

Carte 3: Géographie de la spécialisation fruitière en pourcentage d'exploitations (2000)



Sources : fond IGN, source RGA 2000 Agreste. Réalisation C. Praly.

Carte 4: Les 31 cantons de l'espace arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône



Sources : fond IGN, source RGA 2000. Réalisation C. Praly.

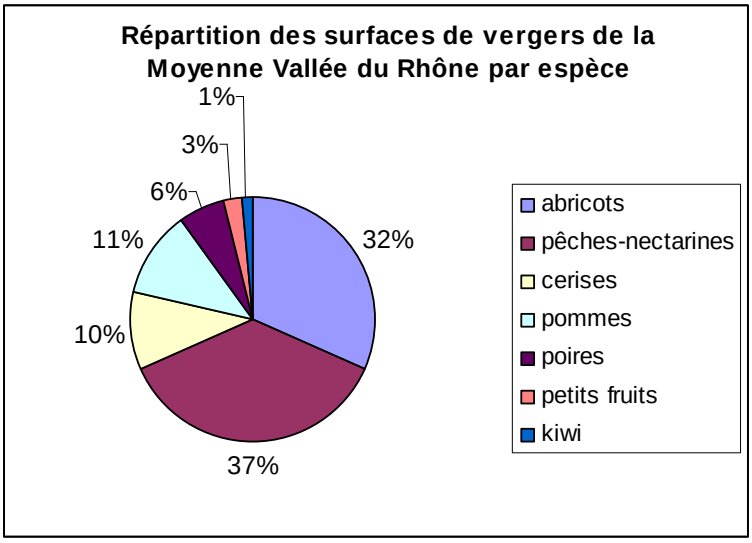
Tableau 6: Caractéristiques de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône

Principales caractéristiques	Valeur en 2000	Indicateurs
Population totale	500 000 hab.	
Superficie	438 525 ha	
SAU communale	184 203 ha	9,8% de la SAU communale en verger 6 espèces
Surface verger 6 espèces	18 107 ha	5,7 ha de verger par exploitation fruitière
Nombre d'exploitations fruitières	3 185	38,7% des exploitations agricoles possèdent un verger 6 espèces
Nombre d'exploitations total	8 220	
Main d'œuvre employée par les exploitations fruitières	**UTA (2000)**	**Indicateurs**
UTA total	8538	2,7 UTA par exploitation fruitière
UTA familiale	4612	54% de la main d'œuvre totale
UTA salariés permanents	662	7,8% de la main d'œuvre totale
UTA salariés saisonniers	3224	37,8% de la main d'œuvre totale

Sources : RGA 2000 par commune et par canton. Réalisation C. Praly

Les figures (Figure 3 et Figure 4) montrent l'importance relative des différentes espèces de fruits cultivées dans la Moyenne Vallée du Rhône, à la fois en termes de surfaces cultivées et de nombre d'exploitations concernées. Sept espèces principales sont produites, parmi lesquelles la pêche-nectarine représente 37% du verger avec près de 7 000 ha en 2000. L'abricot est la seconde espèce la plus cultivée, occupant 32% du verger. Viennent ensuite la pomme et la cerise, couvrant respectivement 11% et 10% du verger, puis la poire, les petits fruits et le kiwi.

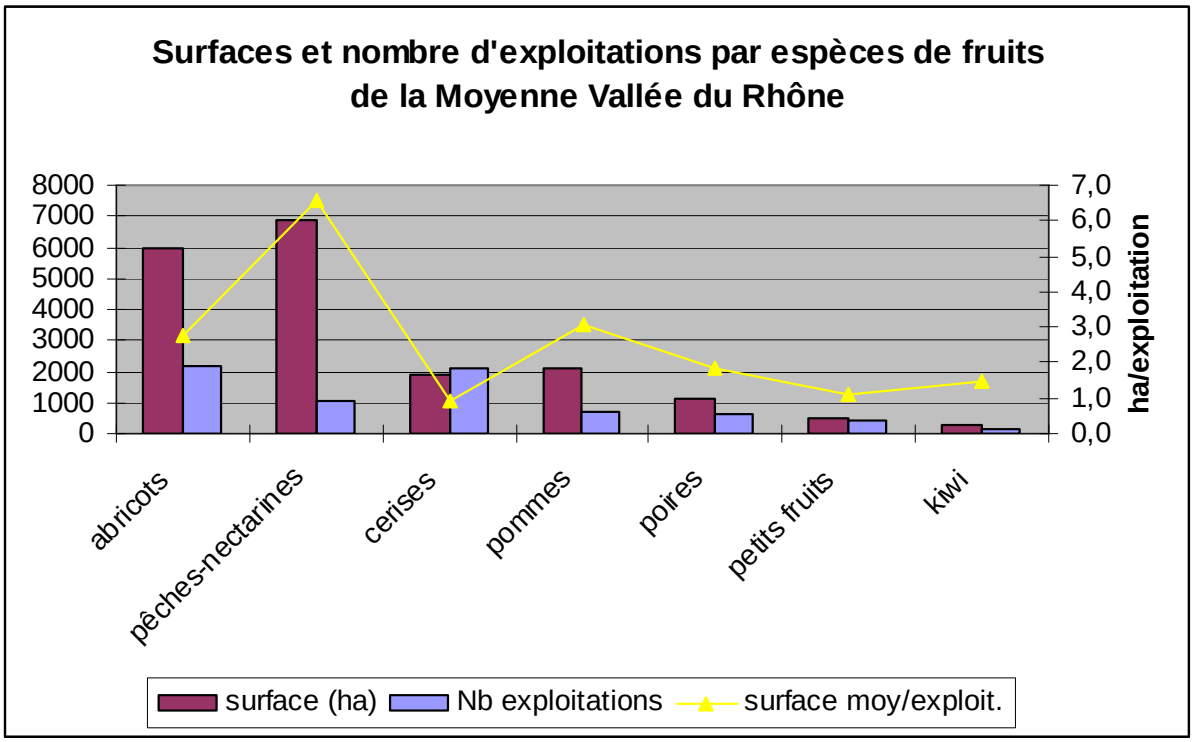
Figure 3: Répartition du verger de la Moyenne Vallée du Rhône par espèce



Sources : RGA 2000, réalisation C. Praly

Mais ces chiffres indicateurs des surfaces cultivées et donc des volumes de production par espèces ne sont pas représentatifs du nombre d'exploitations concernées. En effet, la pêche-nectarine est une production très spécialisée qui n'est en réalité cultivée que par un millier d'exploitations dont le verger moyen s'élève à 6,6 ha par exploitation. L'abricot et la cerise sont en revanche les espèces les plus répandues, présentes dans un peu plus de 2000 exploitations chacune, soit dans deux tiers des exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône. Le verger d'abricot moyen, assez important (2,7 ha par exploitation), montre l'importance économique de cette espèce alors que celui de cerise, beaucoup plus faible (0,9 ha par exploitation), souligne son rôle de production complémentaire. Enfin, les autres productions que sont les pommes, les poires, les petits fruits et le kiwi ne sont présentes que dans une petite proportion des exploitations mais montrent des vergers moyens significatifs, indicateurs de l'importance économique que revêtent ces productions pour les exploitations concernées.

Figure 4: Répartition des espèces de fruits dans la Moyenne Vallée du Rhône



Sources : RGA 2000, réalisation C. Praly.

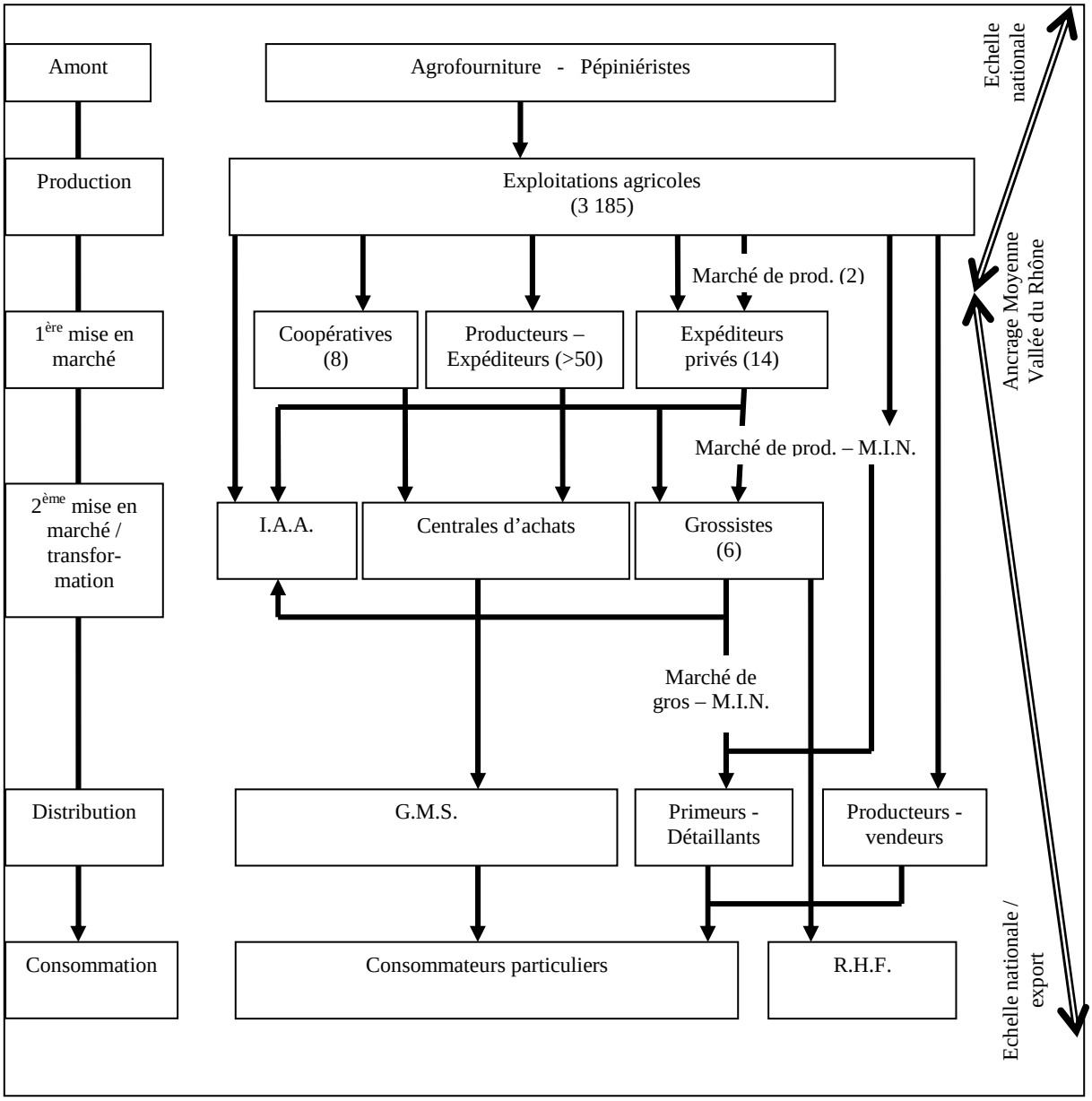
Voyons quelle est la filière qui permet de commercialiser ces sept espèces de fruits, issues des 3 185 exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône.

2. Le système production-distribution-consommation de la Moyenne Vallée du Rhône

Reprenant la définition donnée par Jean Vaudois (2000), il s'agit à présent d'expliciter le système PDC qui concerne la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône. Ce système en fruits est composé de très nombreux opérateurs, dont les fonctions peuvent parfois

se chevaucher, et dont l'échelle d'action peut varier (Figure 5). Nous présenterons d'abord les opérateurs localisés dans la Moyenne Vallée du Rhône, avant de décrire leurs relations avec les opérateurs nationaux et internationaux.

Figure 5: Schéma du fonctionnement du système PDC fruitier de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006



Source : Réalisation C. Praly, d'après enquêtes PSDR II, BRM, enquêtes personnelles.

a) Les opérateurs situés dans la Moyenne Vallée du Rhône : production et première mise en marché

Les fonctions de production fruitière et de première mise en marché sont celles qui sont les plus importantes dans la Moyenne Vallée du Rhône. La production fruitière se caractérise par une forte technicité, d'autant plus exigeante que les producteurs cultivent plusieurs espèces et jusqu'à plusieurs dizaines de variétés par espèce pour étaler la production sur la saison. Ainsi, par exemple, près de cinquante variétés de pêches et de nectarines sont cultivées sur une

exploitation pour assurer la production des « quatre couleurs », c'est-à-dire des pêches blanches et jaunes et des nectarines blanches et jaunes de début juin à début septembre. La grande technicité de cette culture est également liée au caractère fragile des fruits frais et à la grande variabilité des conditions et résultats de la production. Plus que les autres cultures, la production fruitière est en effet sujette aux aléas climatiques (gel, grêle, pluies pour les cerises), au phénomène d'alternance[56] qui influe les volumes de production annuels, aux maladies fongiques et autres ravageurs. Ainsi les volumes et les qualités des récoltes varient non seulement d'une année à l'autre, mais également de jour en jour au cours de la période de récolte. La fragilité des fruits induit une demande élevée en intrants, surtout en produits phytosanitaires, et nécessite l'irrigation. Les techniques de production en « production fruitière intégrée[57] » (PFI) et lutte biologique, bien développées en Moyenne Vallée du Rhône, ainsi que les référentiels nationaux de production raisonnée contribuent aujourd'hui à améliorer le bilan environnemental de cette production. Enfin, on l'a vu, la production est constituée par une large gamme de fruits frais dominée par les fruits d'été (pêches-nectarines, abricots, cerises). Ces espèces sont très périssables et ne peuvent guerre être stockées après leur récolte : quelques jours seulement pour les cerises, jusqu'à trois semaines en frigo pour les abricots. Le marché ne pouvant être régulé par le stockage, son fonctionnement est particulièrement spéculatif. Ainsi la fonction de première mise en marché revêt une importance stratégique.

Photo 1: Chaîne de calibrage de pommes dans une station d'expédition

Cliché C. Praly, 2006.

L'opération de première mise en marché, également appelée « expédition » par les professionnels, consiste en faire passer les fruits qui viennent d'être récoltés en vrac, appelés stade « brut de cueille » ou « bord de champ », à un stade commercialisable, répondant aux

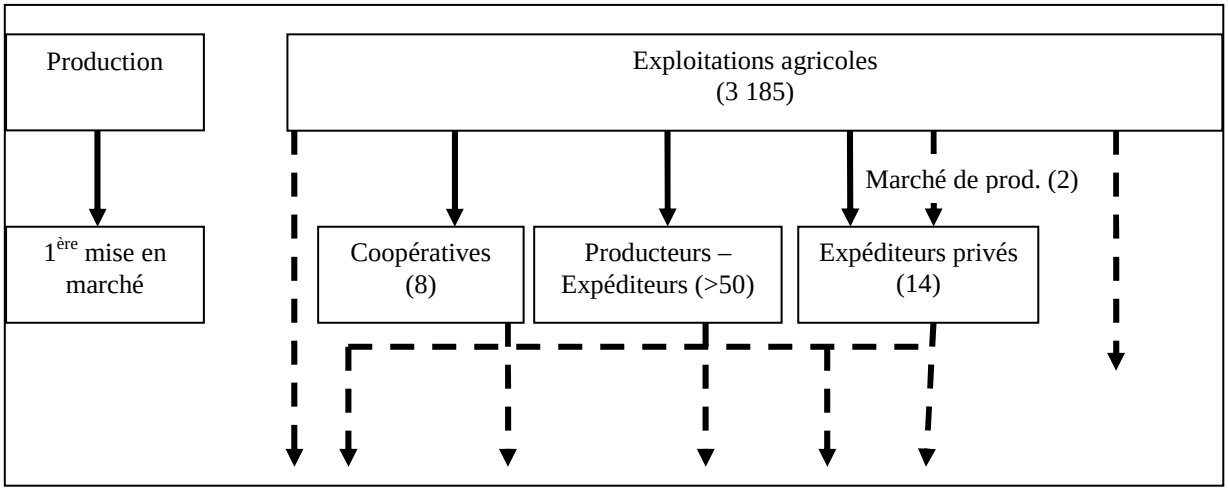
[56] Tendance qu'ont certaines espèces fruitières à ne produire des fruits qu'une année sur deux, ou du moins à produire beaucoup une année, et très faiblement l'année suivante. Phénomène très prononcé pour les pommiers par exemple.

[57] La production fruitière intégrée (PFI) constitue un système de production mettant en œuvre un ensemble de techniques culturales satisfaisant à la fois les exigences écologiques, économiques et toxicologiques, en vue d'obtenir une récolte d'une qualité optimale (source : définition OILB/SROP, 1980).

normes de mise en marché européennes. L'opérateur qui assure cette fonction est appelé « expéditeur » ou « premier metteur en marché ». L'infrastructure qui l'abrite est appelée une station d'expédition. La fonction d'expédition couvre donc deux étapes qui sont liées entre elles : le travail dit « en station » et le travail de commercialisation. Le travail en station implique de nombreuses opérations et manipulations qui doivent être réalisées avec beaucoup de soin pour ne pas altérer la qualité des produits. Avant l'expédition proprement dite, les fruits passent en effet par plusieurs étapes (toutes ne sont pas assurées par tous les expéditeurs). Ils sont d'abord réceptionnés et passés à l'agréage[58], puis triés, nettoyés et calibrés[59] sur des chaînes plus ou moins automatisées (Photo 1). Suite à ce premier travail, les fruits peuvent être stockés en chambres froides avant d'être conditionnés, préemballés et étiquetés par catégories homogènes. En fonction des commandes, il y a alors allotissement[60] puis transport et gestion logistique jusqu'à la livraison chez le client. C'est donc seulement après ce travail effectué en station d'expédition que les fruits sont commercialisables. Or, les étapes d'agréage, de conditionnement et d'allotissement dépendent des demandes des clients. Il y a donc également une importante fonction de commercialisation pour réussir la première mise en marché dont l'enjeu stratégique est d'assurer la mise en adéquation de la qualité des lots constitués et de la demande des principaux marchés. L'expéditeur assure donc une double relation commerciale, à la fois avec la production et avec ses clients de l'aval, qui est construite dans le temps et ajustée au jour le jour pendant la saison de production. La première mise en marché est donc l'assemblage de volumes de fruits bruts, leur calibrage et leur vente en lots homogènes aux opérateurs de l'aval.

Elle est assurée par trois grands types d'expéditeurs (Figure 6). Leur fonction est strictement la même, seuls leurs statuts et donc leurs régimes juridiques ainsi que leurs relations avec les producteurs changent.

Figure 6: Zoom sur les opérateurs de la production et de la première mise en marché



Les premiers sont les producteurs-expéditeurs, qui possèdent leur propre station de conditionnement et d'expédition et qui assurent eux-mêmes la commercialisation. Certains ne mettent en marché que leur production, d'autres achètent et revendent également la production d'autres producteurs. Les seconds sont les sociétés d'expédition privées. Ces

[58] Opération qui consiste à pratiquer sur un lot de fruits des constats, des contrôles et des analyses pour en faire le rapport (par exemple évaluation de l'aspect, du calibre, du taux de sucre, etc.) et donner à ce lot une destination, conformément aux réglementations, usages et cahiers des charges en vigueur.

[59] Opération de tri des fruits selon leur diamètre, qui permet de les classer en catégories (Extra, I et II).

[60] Regroupement de petits lots en un lot homogène important.

entreprises achètent la production des arboriculteurs locaux, la conditionnent et la commercialisent. Les troisièmes sont les structures collectives de producteurs, de statut coopératif ou Groupement d'Intérêt Economique (GIE). Les transactions entre production et première mise en marché varient selon le type d'expéditeur. Dans le cas des coopératives, les producteurs sont coopérateurs : ils sont propriétaires du capital et sont obligés de livrer la totalité de leur production à la coopérative. En retour, la coopérative se doit d'accepter et d'assurer la commercialisation de la totalité des fruits apportés, c'est la « règle d'apport total ». En revanche, les liens sont beaucoup plus variés et informels entre les producteurs et les expéditeurs privés et producteurs-expéditeurs. Les accords sont oraux, fondés sur la confiance, ou conventionnés. Certains producteurs apportent la totalité de leur production à un seul expéditeur, d'autres ont plusieurs débouchés. La plus grande partie des transactions se fait par livraison directe du producteur à la station de l'expéditeur. Une petite part de celles-ci demeure négociée de gré à gré sur les marchés de production[61] de Pont-de-l'Isère, de Chanas ou sur le M.I.N.[62] de Lyon.

Nous ne disposons pas de source recensant la totalité des producteurs-expéditeurs de la Moyenne Vallée du Rhône, mais nos recherches[63] indiquent qu'il y en a plusieurs dizaines. En revanche, nous avons pu identifier et localiser la quasi-totalité des expéditeurs privés et la totalité des coopératives et GIE (Tableau 7). Deux constats méritent d'être soulignés.

Le premier constat révèle la différence de structures entre les expéditeurs privés et les coopératives. Les premiers sont majoritairement des petites entreprises familiales, qui traitent des volumes annuels nettement inférieurs à ceux des coopératives. Celles-ci présentent au contraire des dimensions économiques plus importantes. Ainsi, si les coopératives sont deux fois moins nombreuses que les expéditeurs privés dans la Moyenne Vallée du Rhône, elles traitent en revanche plus de volume (environ 116 000 t.) que l'ensemble des expéditeurs privés de toute la région Rhône-Alpes (environ 69 000 t. pour 2002[64]). Le reste est commercialisé par les producteurs-expéditeurs.

[61] Localisés en région de production, les marchés de production visent à rassembler tout ou partie des produits de la région en vue de leur trouver un débouché. Ils peuvent être spécialisés sur une ou deux espèces ou multiproduits (fruits et légumes), actifs toute l'année ou saisonniers. Certains peuvent être classés M.I.N.

[62] Marché d'Intérêt National. Situé dans une région de production, le M.I.N. de Lyon est un marché mixte, c'est-à-dire qu'il est la fois un marché de production et un marché de consommation. En effet, les producteurs peuvent prendre place sur le « carreau des producteurs » et y vendre directement leur production aux côtés des grossistes et des importateurs.

[63] Enquêtes personnelles, rapport scientifique du programme PSDR, liste référencée dans les pages jaunes. Pour exemple, dans la catégorie « fruits et légumes, commerce de gros » des pages jaunes, nous obtenons au total 93 réponses pour le département de la Drôme, 45 pour l'Isère et 41 pour l'Ardèche. Malgré les doublons présents dans les pages jaunes et le fait que cette catégorie rassemble les expéditeurs et les grossistes, ces chiffres indiquent l'importance de cette fonction dans les trois départements.

[64] Information communiquée par le président de l'UEEFEL-RA (Union des Expéditeur Exportateurs de Fruits et Légumes de Rhône-Alpes), entretien personnel, 2006.

Tableau 7: Les expéditeurs privés et les coopératives de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006

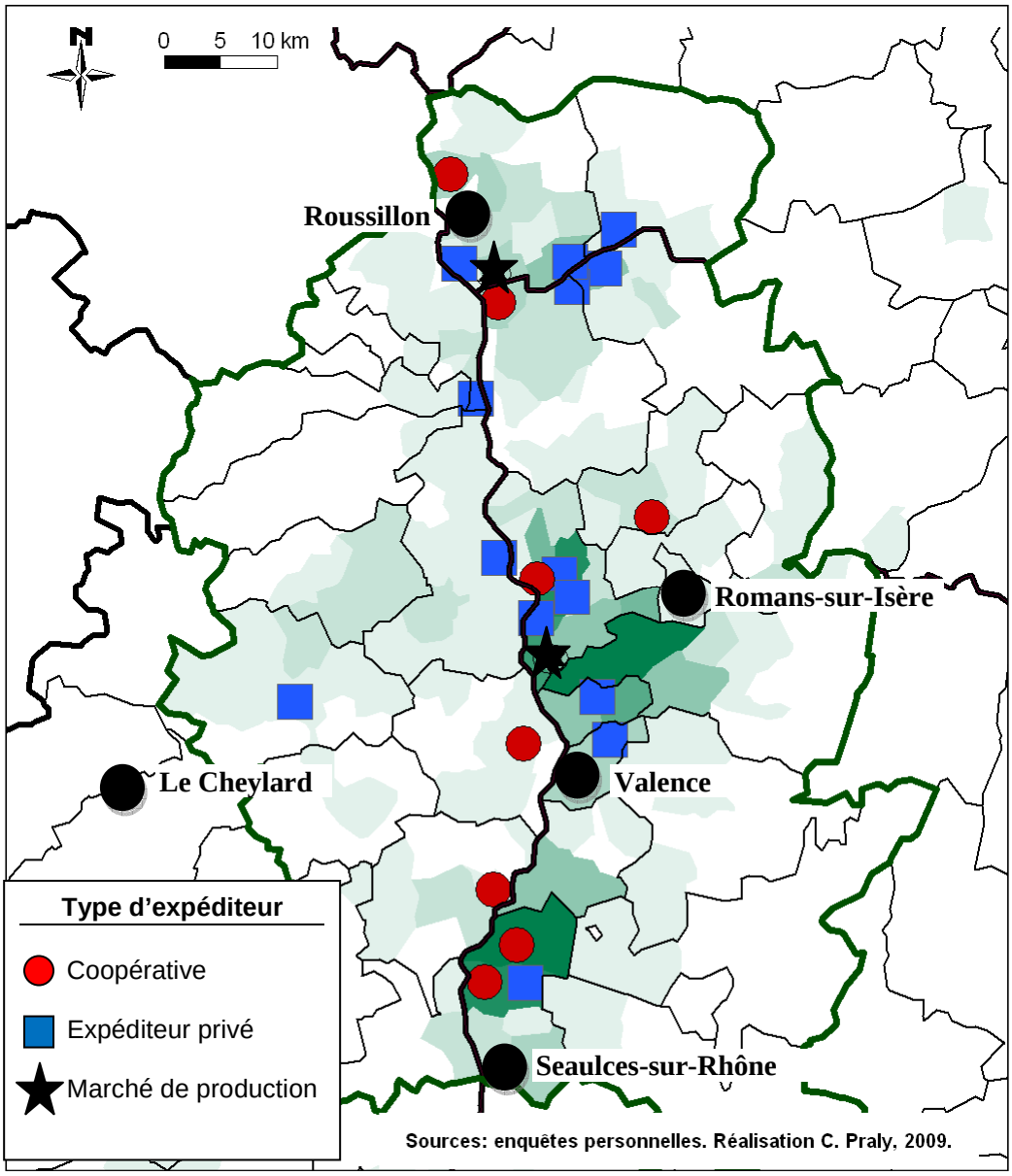
Type d'expéditeur	Opérateurs identifiés et localisation		Nb apporteurs	Volume /CA
Expéditeur privé	Lhorme	Anneyron	100 (+ 50)*	5 000 t – 4 000 K€
	Giraud Fruits	Bellegarde-Poussieu		
	Metral Fruits	Chanas	130	12 000 t
	Comptoir Rhodanien	Tain-l'Hermitage		
	Savajols SA	Andance	50 (+400)*	5 000 t
	Desbos SARL	Saint-Jean-de-Muzols		
	Caramanfruit	Bougé-Chambalud		
	Bornand Frères SA	Epinouze		
	Vergers du Val'Doux	Lamastre		
	Félix Georges SA	Tain-l'Hermitage		
	Felix René et Fils	Tain-l'Hermitage		
	Romain Fruits	St-Marcel-les-Valence		
	Ruegg René	Valence		
	Agrobiodrôm	Loriol-sur-Drôme		
Total	14			
Coopérative - GIE	Chanabel	Chanas		29 300t – 14 400K€
	Rhodacoop	Saint-Rambert-d'Albon	251	12 000t – 7 600K€
	Hermitage-Basse-Isère	Tain-l'Hermitage	122	22 000t – 10 400K€
	FruitCoop	Saint-Peray	80	20 000t – 4 300K€
	Drôme Fruit	Livron-sur-Drôme	12	7 000t – 9 500K€
	Valsoleil	St-Donat-sur-l'Herbasse	130	6 000T – 3 900K€
	Lorifruit	Loriol-sur-Drôme	96	13 500t – 13 300K€
	Coopeyrieux	Beauchastel	120	6 000t – 7 300K€
total	8			115 800t – 70 700 K€

* nombre d'apporteurs principaux (nombre de petits apporteurs secondaires)

Sources : enquêtes personnelles, enquêtes PSDR (chiffres 2006).

Le second constat concerne la géographie de ces opérateurs. On note une nette concentration des stations d'expédition dans la vallée du Rhône (Carte 5). Ayant été construites spécifiquement pour l'expédition elles ont été implantées au plus près des infrastructures de transport[65]. La double localisation, à la fois au cœur du verger de production et à proximité des grands axes de transports permet à ces opérateurs de la première mise en marché d'expédier les fruits frais vers les opérateurs de l'aval, grossistes et centrales d'achats, situés au-delà de la Moyenne Vallée du Rhône.

Carte 5: Carte des opérateurs de l'expédition de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006

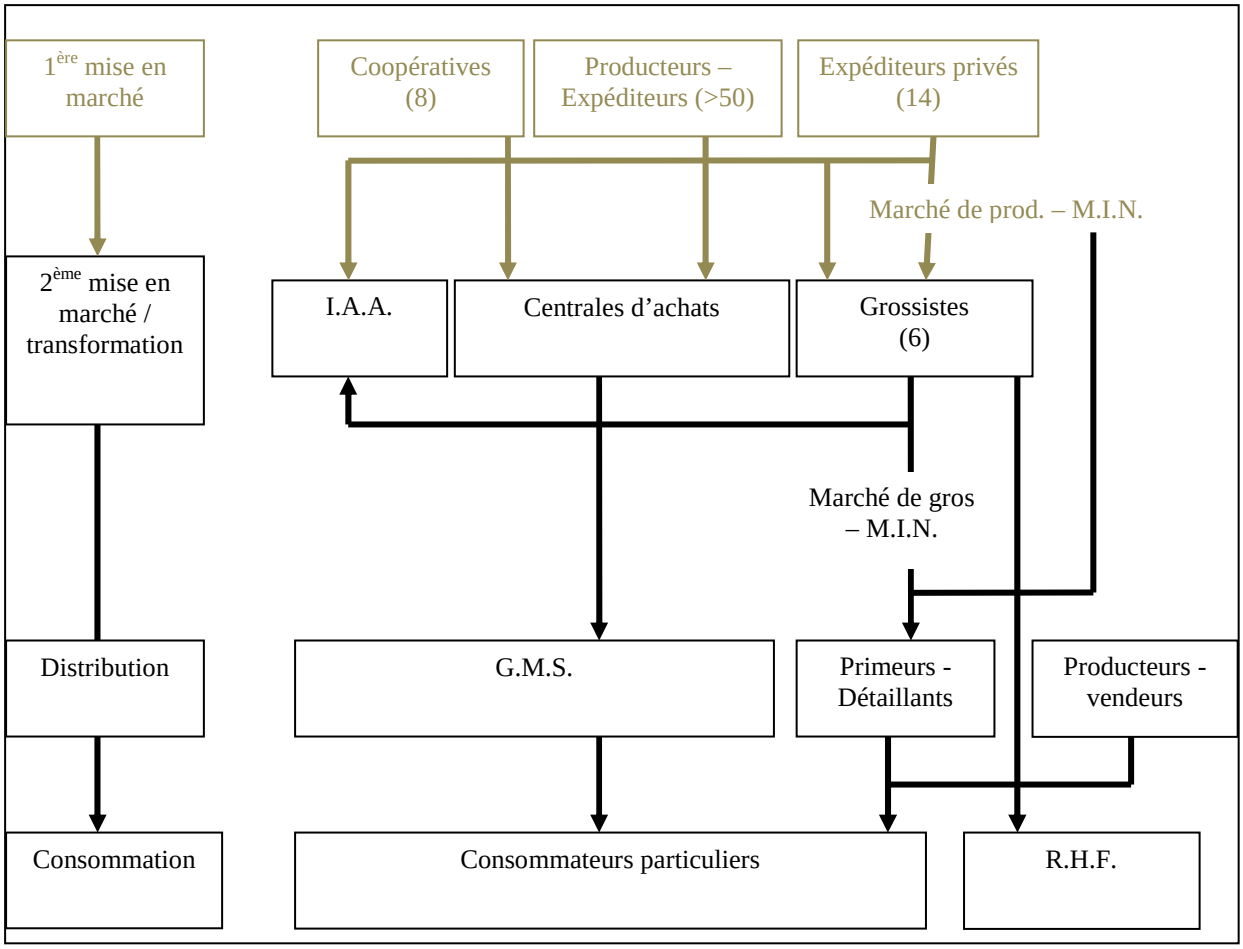


[65] Les stations d'expédition des producteurs-expéditeurs sont, quant à elles, également présentes sur les marges du bassin, ayant été construites sur les exploitations.

b) Les opérateurs externes à la Moyenne Vallée du Rhône : l'aval

L'amont et l'aval de la filière fruits voient intervenir des opérateurs extérieurs à la Moyenne Vallée du Rhône. En amont des exploitations, la production des fournitures est assurée par des entreprises d'échelle nationale. Quelques pépiniéristes sont présents localement, mais également intégrés dans des réseaux commerciaux nationaux (Chazoule, 2005). Les circuits de l'aval sont constitués par des opérateurs localisés dans toute la France et en Europe (Figure 7).

Figure 7: Zoom sur les opérateurs de l'aval de la filière



Les clients des expéditeurs constituent le premier niveau de l'aval. Ce sont les opérateurs de seconde mise en marché, encore appelée « stade de gros », qui correspond à la réception d'une diversité de gros lots homogènes et calibrés de fruits, qui sont ensuite re-fractionnés en lots de taille moyenne pour pouvoir être distribués aux distributeurs, détaillants, et restaurateurs. C'est donc l'étape inverse de celle de la première mise en marché. Elle est assurée par deux types de professionnels qui se partagent les achats de fruits auprès des premiers metteurs en marché : les grossistes en achètent 40% des volumes et les centrales d'achats des grandes et moyennes surfaces (GMS) en achètent 46%[66].

Les grossistes sont les professionnels traditionnellement chargés de cette fonction. Situés sur un marché de gros[67] ou hors marché[68], ils assurent la recherche, la réception, le

[66] CTIFL, Observatoire des entreprises de gros, 2006.

[67] Les marchés de consommation, ou de gros, sont implantés à proximité des agglomérations urbaines qu'ils approvisionnent en fournissant l'alimentation de la ville ou de la région. Ils

fractionnement et l'assortiment en lots commercialisables. Cette catégorie de professionnels rassemble une très grande diversité d'entreprises, allant de groupes internationaux comme POMONA, nationaux comme CRENO qui possède une station d'achat en Moyenne Vallée du Rhône (à Bourg-les-Valence), à de petites entreprises régionales. Leurs achats peuvent être des transactions directes entre un expéditeur et un grossiste, ou avoir lieu sur les marchés de production et les M.I.N. de toute la France. En effet, si nous avons pu identifier six grossistes de taille extrêmement variable situés dans la Moyenne Vallée du Rhône, les expéditeurs commercialisent en priorité en direction de marchés plus éloignés, vers la moitié nord de la France et à l'export.

Le second type d'opérateur du stade de gros, les centrales d'achats, assurent la recherche, le référencement, la négociation puis l'achat des fruits nécessaires à l'approvisionnement de l'ensemble des magasins liés à une enseigne de grande distribution. Les marchandises sont stockées en entrepôts, puis les magasins (chef de rayon) passent leurs commandes au fur et à mesure de leurs besoins. En France, six centrales d'achats interviennent pour les principales enseignes de la grande distribution : Carrefour, Casino, Auchan, Leclerc, Intermarché et Système U. Selon la politique des enseignes, la marge de manœuvre accordée aux magasins dans leur approvisionnement est variable. Si Casino est très centralisé, les magasins Intermarché, Système U et Monoprix peuvent s'approvisionner directement auprès de coopératives ou de producteurs-expéditeurs régionaux. Pour pouvoir vendre aux centrales d'achats, les expéditeurs doivent faire référencer leur marchandise. Pour cela, ils doivent pouvoir offrir des volumes garantis et homogènes, une certaine gamme et des critères de qualité correspondant à la demande de l'enseigne. Ensuite, les transactions se font directement entre l'expéditeur et la centrale d'achats. Comme pour le stade d'expédition, le stade de gros recouvre donc des fonctions logistiques et commerciales. En revanche, elles concernent essentiellement des opérateurs d'envergure nationale et internationale, situés hors de la Moyenne Vallée du Rhône même si quelques succursales, magasins d'enseigne ou petits grossistes y sont présents.

La transformation agroalimentaire dans la filière fruits est essentiellement conçue comme un débouché pour les fruits peu valorisables en frais, vendus de manière opportuniste par les opérateurs de première et de seconde mise en marché. Les engagements sous contrats pour une production adaptée aux exigences industrielles sont encore rares, contrairement à certaines productions légumières et maraîchères (tomate notamment). Si quelques IAA de la Moyenne Vallée du Rhône sont spécialisées dans le travail des fruits, leurs liens avec la production locale ne sont pas systématiques et mal connus, comme pour les opérateurs de la seconde mise en marché.

Enfin, en ce qui concerne la distribution, nous ne disposons pas de chiffres spécifiques à la Moyenne Vallée du Rhône, ni à la région Rhône-Alpes. Les statistiques établies pour les fruits et légumes à l'échelle de la France montrent qu'elle est fortement concentrée par les enseignes des GMS qui réalisent 72% du chiffre d'affaires et des volumes des ventes au détail de fruits et légumes[69]. Etant donné la structuration des achats des GMS par leurs centrales d'achats, les fruits issus de la Moyenne Vallée du Rhône sont donc distribués dans toute la

---

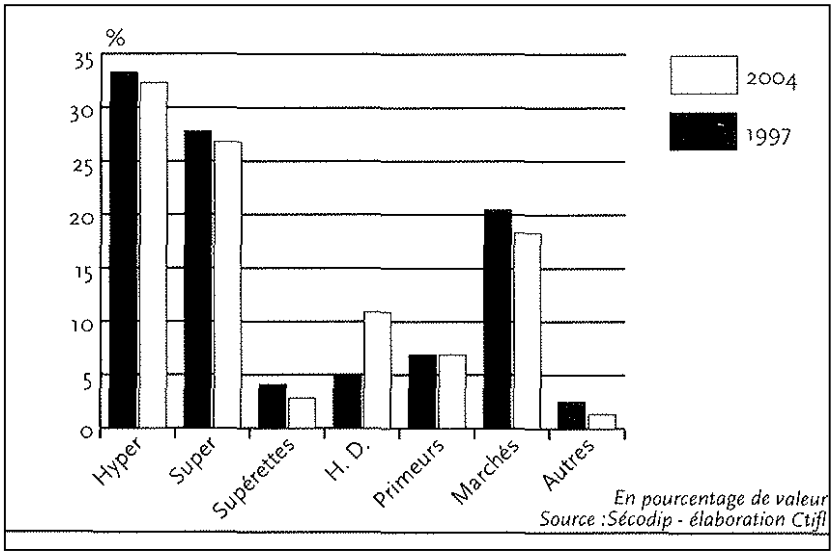
peuvent être classés MIN. Ils confrontent : des offreurs (grossistes, courtiers, importateurs, parfois des centrales) à des acheteurs (détaillants spécialisés ou généralistes sédentaires ou forains, magasins indépendants de la grande distribution, des demi-grossistes, des opérateurs de la restauration hors foyer, etc.). Les grossistes sur marché vendent essentiellement aux acheteurs fréquentant ce marché : détaillants, restaurateurs, autres grossistes, etc. Ils approvisionnent généralement l'agglomération concernée par le marché et ses alentours.

[68] Les grossistes hors marché exercent leurs activités dans des entrepôts, souvent en milieu rural. Ils offrent souvent une gamme de services plus étendue, proposant des livraisons, des préemballages, des ventes sur commande à leurs clients.

[69] CTIFL, 2006.

France. Néanmoins, la politique de vente parfois peu adaptée à préserver la qualité de ces produits frais a conféré à la grande distribution une réputation plutôt négative auprès des consommateurs en ce qui concerne la qualité des fruits vendus (Cavard et Moreau-Rio, 2002; Roty et Dubuisson-Quellier, 2005). Les détaillants spécialisés et les marchés de plein vent ont ainsi conservé une place non négligeable dans la distribution des fruits et légumes (Figure 8), supérieure à celle qu'ils occupent pour l'ensemble de la distribution alimentaire. Si une petite partie de la production de la Moyenne Vallée du Rhône est vendue en circuits courts ou spécialisés pour la consommation locale, l'aval est donc principalement situé hors du bassin de production et la majorité de la consommation des fruits de la Moyenne Vallée du Rhône concerne l'échelle nationale.

Figure 8: Répartition des parts de marché de la distribution des fruits et légumes 1997-2004



Extrait de : P. Cavard, C. Baros, 2005. Le commerce de proximité, concepts de distribution, modes de vie des consommateurs. Paris, CTIFL, p.21.

3. Le système d'encadrement de la filière

Le système d'encadrement de l'arboriculture est riche et dense en Moyenne Vallée du Rhône. Il se compose d'une part de l'organisation économique de la filière fruits, et d'autre part de diverses organisations professionnelles agricoles (OPA).

a) L'organisation économique et les OP

En 2006, le fonctionnement économique de la filière fruits de la Moyenne Vallée du Rhône est encadré par l'Organisation Commune des Marchés (OCM) mise en place par l'Union Européenne (UE) en 1996[70]. Celle-ci poursuit deux objectifs. Le premier, prioritaire, est économique. Il vise à aider les producteurs et les filières à être plus compétitifs en les incitant à se regrouper et à s'organiser dans le cadre d'Organisations de Producteurs (OP) capables de négocier avec les opérateurs de l'aval. Le second, d'ordre environnemental, vise à soutenir et encourager les pratiques de production et de mise en marché respectueuses de l'environnement. Pour cela, le principal levier mobilisé par l'OCM fruits est d'inciter les producteurs à créer et ou à adhérer à des OP[71]. Au sein de ces OP, les producteurs peuvent élaborer des projets stratégiques collectifs, appelés Programmes Opérationnels, qui peuvent être subventionnés par l'UE s'ils répondent aux objectifs de l'OCM (compétitivité et environnement).

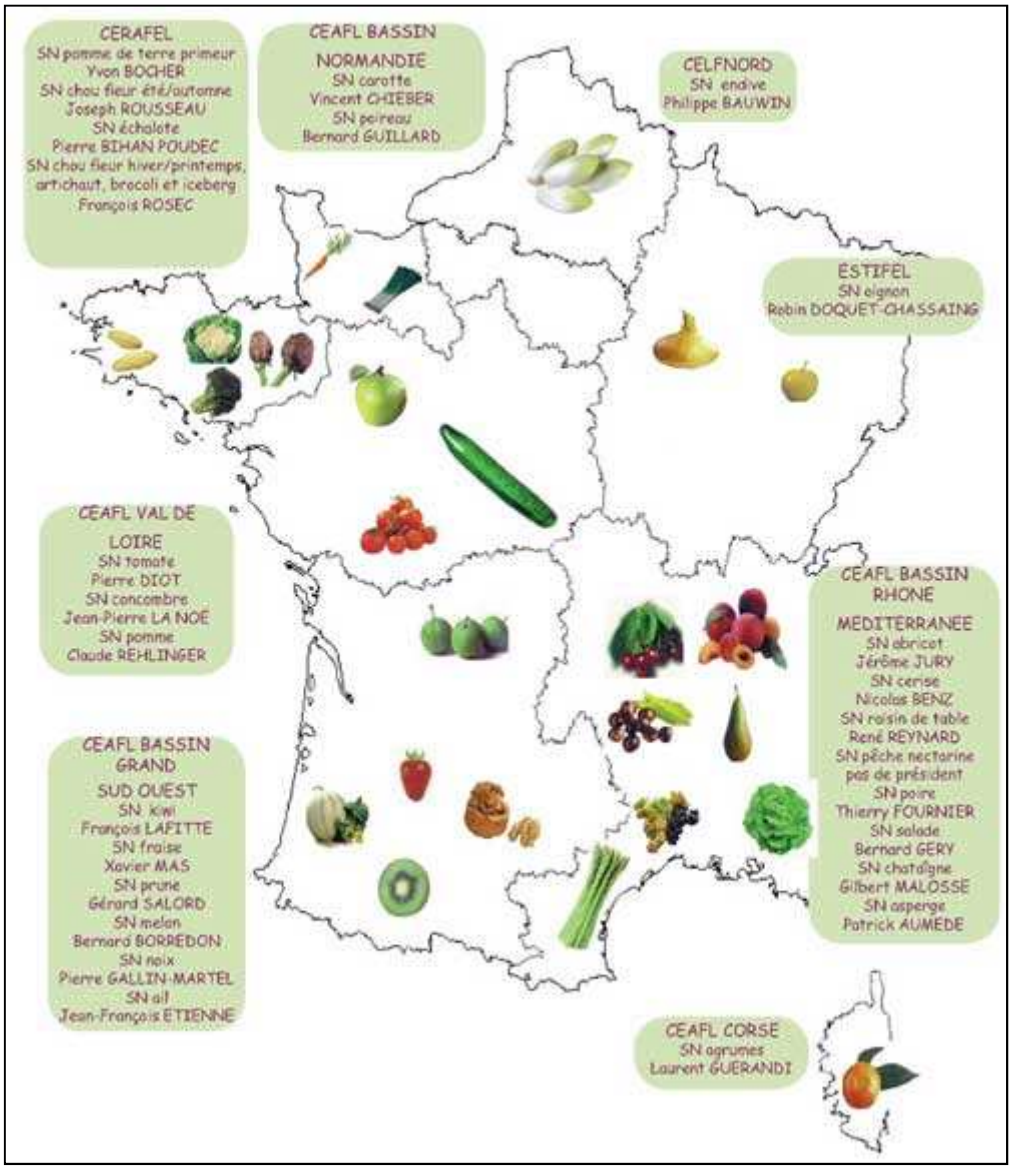
Les OP sont elles-mêmes fédérées au sein de Comités Economiques de Bassin[72]. A l'échelle nationale, huit Comités Economiques de Bassins forment des entités rassemblant plusieurs régions administratives correspondant à des espaces de production plus ou moins spécialisés (Figure 9). Ils ont vocation à être pôle de cohérence, de centralisation et de diffusion de l'information concernant les marchés, et espace d'élaboration de politiques d'orientation. Pour cela, ils doivent être un lieu de concertation des OP sur les stratégies à mettre en place et de dialogue interprofessionnel, notamment avec la distribution. La Moyenne Vallée du Rhône appartient au Bassin Rhône-Méditerranée (BRM) qui couvre les régions Rhône-Alpes, Auvergne, Provence-Alpes-Côte-d'Azur (PACA), Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées.

[70] Règlement européen n°2200/96.

[71] Une OP est une forme d'organisation collective de producteurs reconnue par l'administration agricole française. Elle peut avoir plusieurs statuts juridiques : coopérative, syndicat, GIE. Pour être reconnue OP, l'organisation doit au minimum centraliser les factures de mise en marché de tous les producteurs adhérents.

[72] Le vocable est proche entre bassin de production et bassin économique, mais leur signification est différente. Le premier est un système territorial structuré par l'activité de production agricole, tandis que le second représente une entité administrative gérée par des instances professionnelles et les pouvoirs publics.

Figure 9: Carte des bassins économiques français en 2006



Carte ONIFLHOR, disponible sur le site Internet : http://www.oniflhor.fr/filiere/bassin.asp consulté le 12 août 2009.

En 2006 dans la Moyenne Vallée du Rhône on dénombre 17 OP[73] qui rassemblent environ 50% des producteurs et des volumes de fruits[74]. L'analyse menée dans le programme PSDR propose de les distinguer en deux grands types juridiques. Le premier correspond aux « OP coopératives », caractérisées par le transfert de propriété qui a lieu lorsque le producteur livre ses fruits à l'OP. Les OP sont des coopératives ou des GIE. Les arboriculteurs délèguent ainsi entièrement la commercialisation à la structure collective. Le second type correspond aux OP sans transfert de propriété, appelées « OP libres ». Ce sont des syndicats, des SARL ou des

[73] Le recensement a été effectué d'après l'enquête exhaustive menée dans la Drôme et l'Ardèche par le programme PSDR en 2002 et nos enquêtes complémentaires auprès du BRM en 2006. La classification du statut des OP en types « coopérative » et « libre » a été élaborée par les travaux menés dans le programme PSDR.

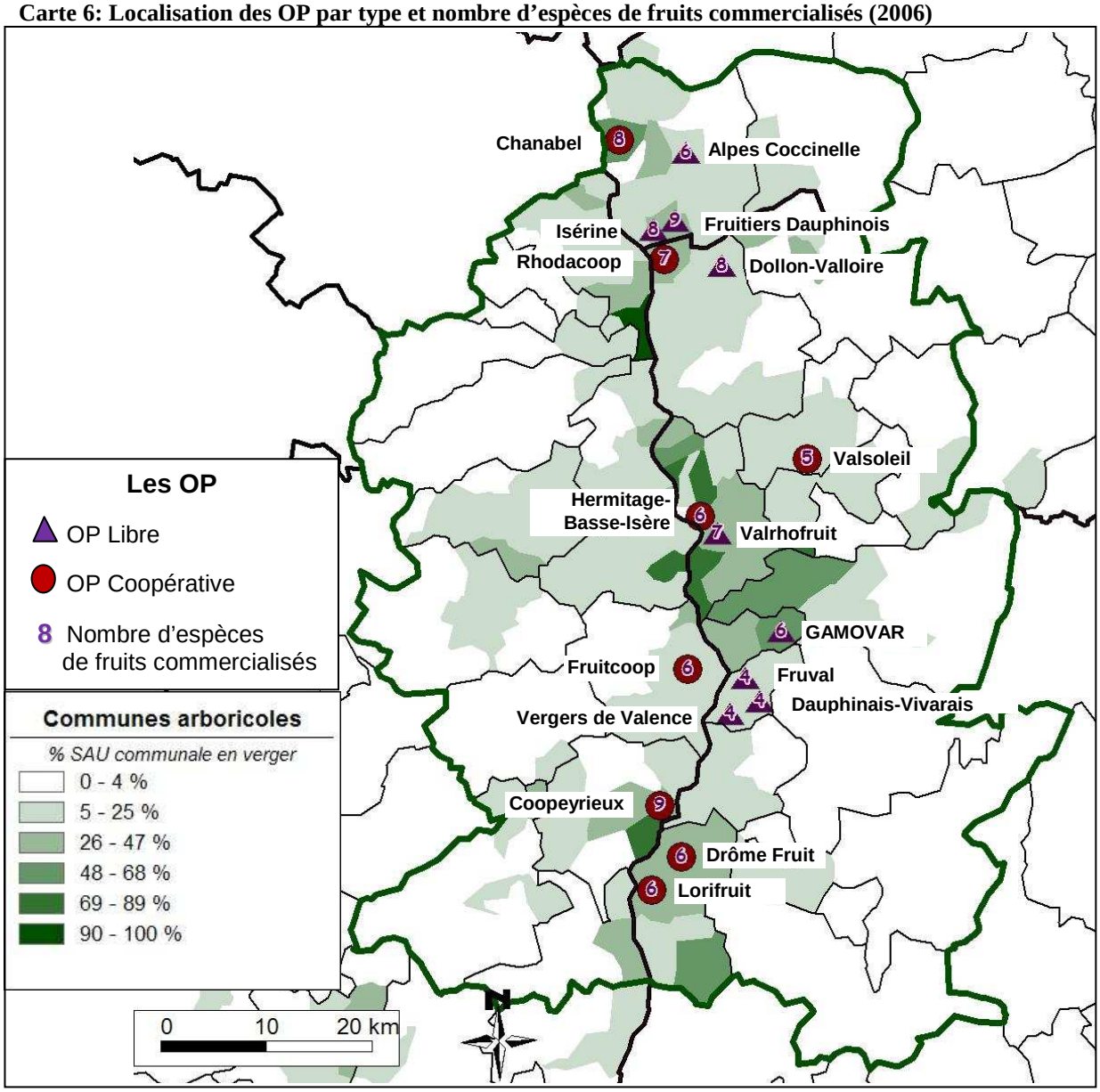
[74] Ce chiffre nous a été donné par l'animateur de l'antenne de Valence du BRM. Il estime qu'environ 50% des arboriculteurs adhèrent à l'organisation économique, et qu'ils représentent environ 50% des volumes produits. Ces proportions sont variables selon les espèces. Par exemple, les volumes de pêches et de pommes passant par des OP sont supérieurs à 50%.

associations de producteurs. Dans ce cas, la commercialisation s'effectue dans le cadre d'une convention signée entre l'OP et un nombre restreint de metteurs en marché, producteurs-expéditeurs ou expéditeurs privés. L'acte commercial est donc délégué à ces metteurs en marché conventionnés mais le producteur est responsabilisé jusqu'à la vente : il peut choisir son ou ses metteur(s) en marché, il est informé du prix et il a son « mot » à dire au moment de la vente.

Les cartes (Carte 6 et Carte 7) montrent que les OP sont situées le long de l'axe de la vallée du Rhône, comme les expéditeurs. Toutes assurent la première mise en marché de plusieurs espèces de fruits (quatre au minimum et jusqu'à neuf). Si les OP libres sont plus nombreuses que les OP coopératives, elles représentent en revanche des chiffres d'affaires moins élevés, donc des volumes de transactions et un nombre d'adhérents inférieurs à ceux des OP coopératives. Les OP coopératives sont donc des opérateurs particulièrement structurants pour le bassin de production, tant en termes d'aire géographique que de nombre de producteurs concernés.

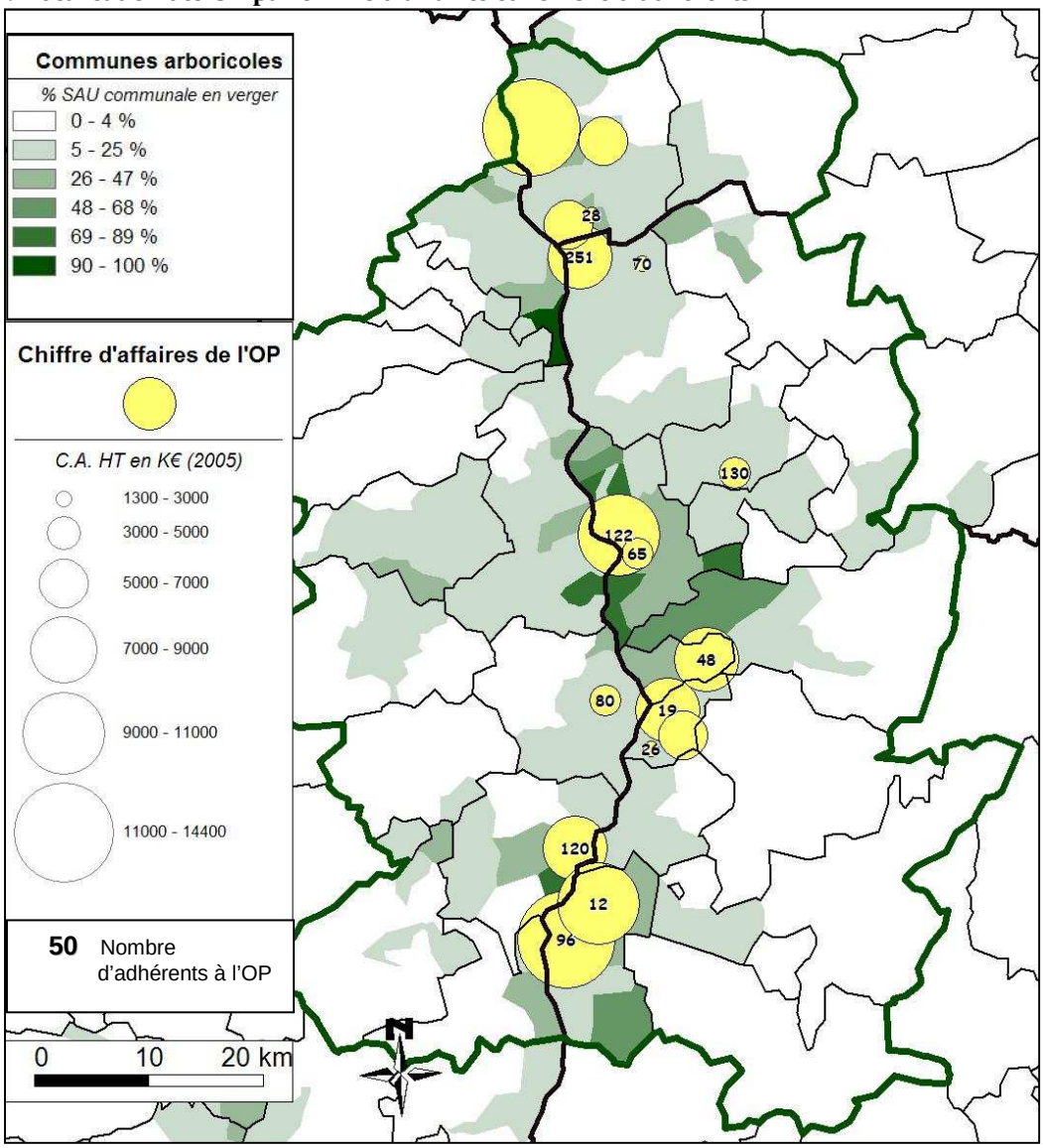
Dans le vocabulaire professionnel, les producteurs adhérant à une OP, donc à l'organisation économique, sont appelés « producteurs organisés ». Par ailleurs, les producteurs qui n'adhèrent à aucune OP sont appelés « producteurs indépendants » ou « non organisés ». Si le BRM, via les OP, centralise les informations sur et pour les producteurs organisés et leurs productions, personne n'est en mesure de faire de même en ce qui concerne les producteurs non organisés. Ce sont les différentes OPA du bassin de production qui ont pour vocation d'intervenir auprès de l'ensemble des producteurs.

Carte 6: Localisation des OP par type et nombre d'espèces de fruits commercialisés (2006)



Sources : fond IGN, Statistiques RGA 2000, enquêtes PSDR, BRM, enquêtes personnelles. Réalisation C. Praly, 2009.

Carte 7: Localisation des OP par chiffre d'affaires et nombre d'adhérents



Sources : fond IGN, Statistiques RGA 2000, enquêtes PSDR, BRM, enquêtes personnelles. Réalisation C. Praly, 2009.

b) Les organisations professionnelles agricoles

Les OPA intervenant dans l'encadrement de la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône sont nombreuses. Elles se déclinent par fonction et par échelon administratif d'action. La première catégorie rassemble les OPA généralistes, dont les principales sont les Chambres d'agriculture des trois départements concernés par le bassin de production. Chacune dispose de techniciens arboricoles qui assurent le suivi des producteurs et qui peuvent intervenir au sein des OP.

On trouve ensuite des OPA spécialisées pour la production fruitière. Les syndicats professionnels se déclinent aux échelles départementales (FDPF[75] de la Drôme et FDPF de l'Ardèche) et nationales (FNPF[76] et section « fruit » de la Confédération Paysanne). Des centres techniques et de formation sont également présents en Moyenne Vallée du Rhône. La SEFRA, Station Expérimentale Fruitière de Rhône-Alpes, est implantée à Etoile-sur-Rhône. La Maison Familiale Rurale d'Anneyron assure des formations spécialisées en arboriculture.

Ces OPA spécialisées pour la production fruitière sont intégrées dans la structuration nationale. Les différents corps de professionnels sont en effet constitués en interprofession, l'INTERFEL[77], qui assure la défense, la formulation de règles, de communication, de projets communs à la filière fruits et légumes française. Le CTIFL[78] administré par les professionnels assure l'analyse de la filière en coordonnant les travaux menés dans les diverses stations expérimentales régionales et en assurant le suivi technico-économique des opérateurs.

Ainsi la Moyenne Vallée du Rhône dispose d'un réseau local d'OPA compétentes pour défendre, former et développer la production fruitière, et cela d'autant plus qu'elles sont renforcées par une structuration nationale solide. Mais la localisation du bassin de production à cheval sur trois départements entraîne un morcellement du suivi assuré par les OPA départementales. L'absence d'échelon administratif correspondant au périmètre du bassin de production le prive ainsi de l'existence d'une institution unique qui coordonnerait et mutualiserait les différents projets. Les responsables professionnels ont récemment adopté une structuration institutionnelle visant à résoudre partiellement ce problème, en composant avec les structures existantes.

c) Volonté professionnelle locale d'agir à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône

Deux organisations du système d'encadrement ont explicitement délimité une aire d'action correspondant au bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône. D'une part, les services relatifs à l'arboriculture des Chambres d'agriculture de la Drôme, de l'Ardèche et de l'Isère se sont fédérés dans l'association Fruit Plus en 2002[79]. Elle a pour objectif de rassembler tous les arboriculteurs du bassin, qu'ils soient organisés ou non. Elle a deux missions principales. La première est de gérer les labels rouges pêches-nectarines et abricots bergeron existants. La seconde, plus récente, est d'assurer une animation au niveau de la production, dont la réalisation d'un inventaire des vergers sur l'ensemble du bassin. Le texte introductif du rapport d'activité 2005 de Fruit Plus est particulièrement explicite quant au projet de structuration institutionnelle autour de la géographie du bassin : « *Les responsables professionnels du département de la Drôme se sont donné comme orientation politique la*

[75] Fédération Départementale des Producteurs de Fruits.

[76] Fédération Nationale des Producteurs de Fruits.

[77] Interprofession des Fruits et Légumes.

[78] Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes

[79] Fruit Plus constitue l'évolution d'une association préexistante, mais ne concernant que la Drôme : l' « Association de Promotion des fruits et légumes sous label de la Drôme et des cantons limitrophes ». Cette association gérait le label rouge pêche déposé à la fin des années 1990. Pour plus de détail concernant ce label, voir le chapitre 3.

mise en œuvre de l'organisation et la structuration de la filière fruits du bassin autour de Fruit Plus avec pour objectifs principaux de remobiliser les producteurs autour de projets collectifs, d'intervenir à une échelle géographique cohérente, de mutualiser les moyens et compétences et d'homogénéiser les interventions. »

D'autre part, le Comité Stratégique Fruits Rhône-Alpes[80] (CSF-RA) identifie également la Moyenne Vallée du Rhône comme un bassin fruitier ayant des caractéristiques structurelles et donc des enjeux différents des autres bassins fruitiers de la région. Il a en effet identifié trois bassins de production sur l'ensemble de la Région, compris dans le sens où un bassin réunit sur un espace des acteurs arboricoles susceptibles de mener un projet commun. Le premier bassin fruitier couvre les Coteaux et Monts du Lyonnais, au sens large, donc la Loire et le Rhône. La production y est qualifiée de multi-production d'altitude, les circuits de commercialisation combinent vente en gros et circuits locaux, bénéficiant de l'urbanisation lyonnaise (beaucoup de vente directe). Le second bassin fruitier concerne les Savoies et la zone spécifique du Pilat. La production y est spécialisée dans les fruits à pépins d'altitude, pommes et poires, avec des démarches d'identification territoriale (IGP pommes et poires de Savoie, marque pomme du Pilat) déjà établies et bénéficiant de la réputation régionale de ces territoires. La Moyenne Vallée du Rhône constitue le dernier bassin fruitier et le plus important de Rhône-Alpes. Le CSF-RA a du mal à établir une ligne stratégique pour ce bassin sans identité propre, à la production standard et si diversifiée. Les perspectives proposées se déclinent en fonction des espèces : pour les petits fruits, faire stratégie commune avec les Monts du Lyonnais ; pour les productions standards (fruits à noyaux, pommes, poires), améliorer la compétitivité. L'idée de compétitivité est déclinée à deux niveaux. A la production, par le renouvellement du verger par des variétés nouvelles, en modernisant les techniques et optimisant les frais de main d'œuvre, en accompagnant la cessation des exploitations les moins « compétitives ». Et au niveau de la commercialisation, en concentrant l'offre régionale, et même interrégionale, ainsi qu'en rationalisant l'outil de production. Le contenu de ce projet rédigé en 2003 révèle le modèle productif suivi par les OPA d'encadrement : celui de la compétitivité par la productivité.

La structuration géographique de ces deux organisations professionnelles spécialistes de la filière fruits entérine la réalité organisationnelle du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône. C'est donc à ce périmètre que nous arrêterons notre terrain d'étude, sans pour autant oublier ses liens avec l'extérieur. En effet, la Moyenne Vallée du Rhône n'est pas isolée des vergers plus méridionaux des Baronnies et de la plaine de Montélimar dans la Drôme, ni du bassin de Nîmes (Crau) dans le Gard et les Bouches-du-Rhône. Nous les avons pourtant exclus de l'entité « Moyenne Vallée du Rhône », et par conséquent de notre terrain d'étude. En effet, les domaines du Sud ont des structures et des logiques différentes des exploitations de la Moyenne Vallée du Rhône : les exploitations sont de plus grande taille, plus spécialisées en arboriculture et essentiellement en pêches et abricots, plus « indépendantes », ayant leurs propres stations d'expédition et donc des logiques de marques prononcées. Les exploitations fruitières de la plaine de Montélimar ressemblent ainsi plus à celles de la région PACA qu'à celles de la Moyenne Vallée du Rhône[81], malgré la limite administrative. De la même manière, les expéditeurs privés du sud de la Drôme et de

[80] Instance interprofessionnelle (rassemblant un collège de représentants de la production, des metteurs en marché et des transformateurs) créée en 2002 suite à la mise en place d'un « contrat d'objectif fruits » dans le cadre d'un Plan Etat-Région.

[81] Cette analyse est issue de la bibliographie et essentiellement des dires d'acteurs enquêtés, dont deux « experts » de la filière du Sud-Est : une animatrice d'OPA, un ingénieur du CTIFL basé à la SEFRA d'Etoile-sur-Rhône.

l'Ardèche sont tournés vers la filière méridionale[82]. Le cas des Baronnies est différent. Si les exploitations restent de taille moyenne dans un milieu difficile à exploiter, elles se distinguent de la Moyenne Vallée du Rhône par leur spécialisation dans la production d'une espèce, l'abricot (et même d'une variété, l'Orangé de Provence), et par leur localisation dans un territoire à identité porteuse et structuré institutionnellement (Rieutort, 2000).

II. Un espace et des arboricultures diversifiés

Quelles sont les caractéristiques de l'espace géographique couvert par l'espace arboricole ainsi délimité ? Correspond-il à une entité homogène ou à divers territoires ? Quels sont les liens entre l'arboriculture et ses divers territoires ?

Les travaux de Jean-Pierre Diry (1987) et de Jean Vaudois (2000) ont interrogé la capacité des bassins de production à s'adapter à leur environnement. Ils identifient cinq séries de facteurs explicatifs, que le premier nomme « facteurs de localisation » et le second « facteur de compétitivité ». Ils sont les suivants :

- le potentiel agroclimatique du lieu, qui reste influant malgré l'évolution des techniques de production, surtout en situation de recherche du moindre coût ;
- l'efficacité du fonctionnement de la filière, pris du double point de vue des entreprises et du système de régulation ;
- la structuration géographique de la filière (densité des réseaux, attractivité des lieux centraux) ;
- la synergie bassin-milieu géographique, notamment à travers l'intégration de l'agriculture aux politiques de développement local, ou encore les facteurs socio-culturels locaux, comme la propension des producteurs à innover et s'adapter ;
- la localisation géographique du bassin, en particulier par rapport aux grands marchés de consommation.

Trois de ces facteurs sont liés aux caractéristiques propres de l'espace géographique. Ce sont celles que nous proposons d'analyser à présent. En effet, la « Moyenne Vallée du Rhône » cache bien plus qu'une vallée. Elle constitue un espace de carrefours, tant sur les plans de la géographie physique, que de la géographie sociale, et enfin sur celui de la géographie de l'administration territoriale. Après avoir présenté ces caractéristiques, nous montrerons comment l'arboriculture est intégrée de différentes manières à la diversité de cet espace.

1. Un espace de carrefours naturels et humains

L'espace de la Moyenne Vallée du Rhône est le plus souvent défini par défaut, en creux entre le Massif Central et les Alpes, ou entre la Basse Vallée et la Haute Vallée du Rhône. Quel nom donner à un tel espace ? Les géographes l'ont ainsi d'abord appelé « *Rhône Moyen* » (Faucher, 1927) puis « *Moyenne Vallée du Rhône* » (Bethemont, 1972; Coustaury, 1966), appellation conservée aujourd'hui.

Dès la préface de sa thèse, Daniel Faucher (1927) précise que le « *Rhône Moyen* » n'est pas choisi comme une « *région naturelle* » mais comme une « *région de contact* », une « *zone de transition* » (p.1) délimitée en creux entre le Bas-Dauphiné et la Provence. Parce que cette transition ne se fait pas de manière douce et progressive mais plutôt par les rencontres et les contrastes, nous préférons parler d'un espace de carrefours plutôt que d'un espace en creux.

[82] D'après le président de l'UEEFEL-RA, les expéditeurs privés du sud de la Drôme et de l'Ardèche travaillent essentiellement avec les producteurs et les institutions de PACA. Ils n'adhèrent d'ailleurs pas à l'UEEFEL de Rhône-Alpes. Source : entretien personnel, 2006.

a) Carrefour topographique et pédo-climatique

Les deux géographes ont insisté sur la violence des contrastes physiques dessinant cette région, les analysant finalement comme un facteur d'unité de cet espace[83]. Les caractéristiques géologiques, topographiques et climatiques dessinent une très grande diversité de conditions pédo-climatiques plus ou moins favorables à la culture fruitière.

La Moyenne Vallée du Rhône constitue un carrefour géologique entre le Massif Central et celui des Alpes, séparés par le puissant fleuve Rhône. Du point de vue géologique (Bornand, 1972), la différence entre les deux rives est frappante (Annexe 4). Sur la rive droite s'étendent les roches cristallines caractéristiques du Massif Central. La rive gauche est constituée soit par des matériaux mollassiques miocènes, soit par des formations alluviales ou morainiques quaternaires.

Le contraste entre les rives s'exprime également en termes de topographie (Annexe 5). La bordure du Massif Central forme la rive droite, contre laquelle le fleuve est repoussé par les apports alluviaux des Alpes. Elle est étroite et abrupte, constituée de coteaux au-delà desquels s'étend le plateau du Vivarais ardéchois, entre 300 et 700 mètres d'altitude. Ce plateau encore appelé montagne ardéchoise est percé par des vallées escarpées rejoignant le Rhône (l'Eyrieux (Photo 2), le Doux, la Cance sont les principales concernées par l'arboriculture). La topographie de la rive gauche est plus variée. Du Nord au Sud, elle est constituée par la plaine de Saint-Rambert-d'Albon (Photo 3), la section épigénique du défilé de Saint-Vallier (Photo 4), puis la plaine de Valence (Photo 5). L'arrière pays drômois est également plus diversifié. Toujours du Nord au Sud, on distingue d'abord la Drôme des Collines, correspondant à un relief de petites collines traversées par des vallées rejoignant le Rhône (la Valloire, la Galaure) et l'Isère (l'Herbasse). Plus au sud, la plaine de Valence s'étend jusqu'aux contreforts du Vercors (Monts du Mâtin). Ensuite, c'est la vallée de la Drôme, qui remonte à partir de Livron-sur-Drôme vers l'Est tout en s'escarpant, jusqu'au Diois.

[83] Pour Daniel Faucher « *la complexité des accidents du sol fait une part de l'originalité de la région et, pourrait-on dire, une part aussi de son unité* » (1927, p. 96). Près de cinquante ans plus tard, Jacques Béthemont constate que « *le trait commun du couloir rhodanien est la violence : violence du fleuve, des climats, des reliefs, des crises démographiques.* » (1972, p.124).

Photo 2: Vallée de l'Eyrieux, en aval de Saint-Sauveur-de-Montagut

Cliché C. Praly, avril 2006.

Photo 3: Plaine de Saint-Rambert-d'Albon et montagne ardéchoise

Cliché C. Praly, avril 2006.

Photo prise depuis la Tour d'Albon, en direction de l'ouest. Au premier plan, plaine de Saint-Rambert-d'Albon. Au second plan, coteaux et montagne ardéchoise. Le Rhône passe au pied des coteaux.

Photo 4: Défilé épigénique de Saint-Vallier, photo aérienne prise en direction du Sud

Cliché Alain Coustaury. juin 2006.

Sur la rive droite, au premier plan, le village de Sarras et les contreforts de la montagne ardéchoise. Sur la rive gauche, la ville de Saint-Vallier située entre le fleuve et les coteaux formé par le défilé épigénique (granitique). A l'arrière-plan, le défilé se termine au niveau de la ville de Tain-l'Hermitage (rive gauche). Le sommet du défilé, sur la rive gauche, forme un plateau recouvert de loess, le plateau de larnage.

Photo 5: Plaine du nord de Valence et coteau ardéchois en arrière plan

Cliché C. Praly, mars 2006.

La Moyenne Vallée du Rhône est aussi le lieu de rencontre entre le climat méditerranéen, qui se fait sentir jusqu'à Valence, le climat continental qui descend du Lyonnais et le climat montagnard des plateaux ardéchois. Cela se traduit par trois grandes caractéristiques influençant la culture fruitière. D'abord, les températures et les précipitations sont inégalement réparties entre le nord et le sud de la vallée et entre la vallée et les plateaux montagneux. Ensuite, le vent est important, surtout le vent du Nord qui souffle environ cent jours pas an (Bornand, 1972). Froid l'hiver, sec et violent en été, il dessèche l'atmosphère et le sol. Enfin, les gelées printanières et la grêle sont des évènements fréquents[84].

Dans ce paysage, les cultures fruitières sont principalement situées sur les sols d'alluvions de la vallée du Rhône et des vallées affluentes les plus vastes (Isère, Drôme, Eyrieux, Valloire), ainsi que sur les plaines d'alluvions anciennes de Valence et de Saint-Rambert-d'Albon. On en trouve également sur le plateau ardéchois. Le pêcher qui exige des sols filtrants et bien drainés est cultivé sur les plaines et terrasses rhodaniennes et sur les sols peu profonds et filtrants sur granite du Vivarais moyen (ensuite l'altitude devient limitante). Les pommiers et poiriers qui s'accommodent d'un drainage moyen occupent des sols limoneux, plus profonds, à meilleures réserves en eau développés sur les alluvions récentes et les formations loessiques des berges du Rhône. L'abricotier qui nécessite des sols aérés et bien drainés est situé dans la petite région peu gélive autour du défilé de Tain-Tournon et sur les pentes du Vivarais. Le cerisier, plus rustique, se rencontre partout. Il s'accommode de tous types de sol. Mais l'arboriculture n'est pas la seule activité humaine qui occupe les sols des vallées.

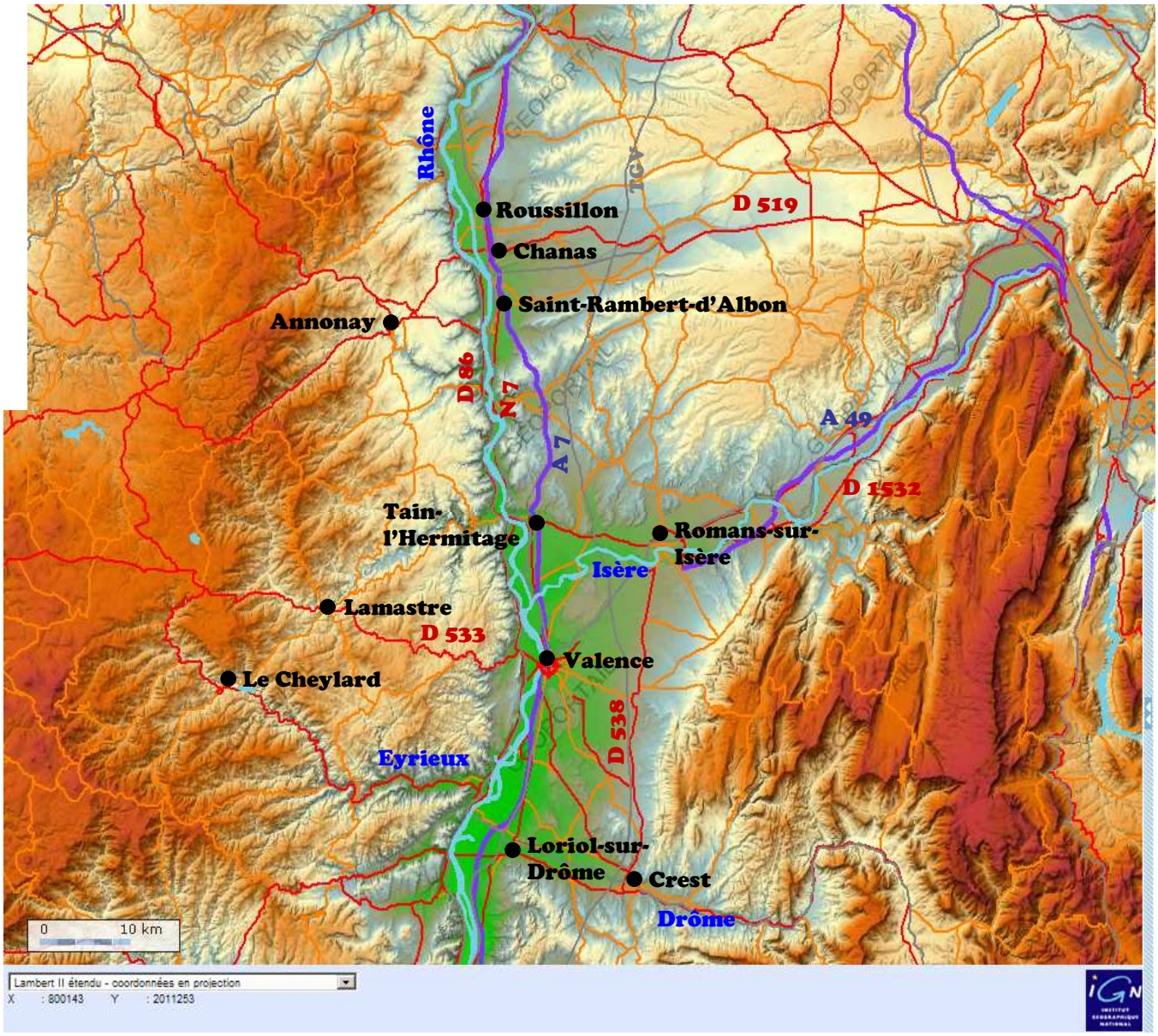
b) Carrefour de voies de communications d'échelle européenne

La Moyenne Vallée du Rhône représente une des plus anciennes et importantes voies naturelles de communication entre les régions méditerranéennes et les régions plus septentrionales. Cet espace constitue en effet un des principaux axes de transports européens (Figure 10). La rive droite reçoit la route départementale 86 (D86) ainsi qu'une voie ferrée de fret. Sur la rive gauche, le long du fleuve, passent la route nationale 7 (N7) et une voie ferrée de transport de voyageurs, l'axe Lyon - Marseille. Une seconde génération de voies de transports passe à l'est du défilé de Saint-Vallier-Tain-l'Hermitage, avec l'autoroute A7 et une ligne de TGV Lyon - Marseille. Ces routes et voies ferrées relient la Provence à la région lyonnaise, et au-delà l'Europe méditerranéenne à l'Europe septentrionale.

En outre, les vallées affluentes correspondent à des voies de communication d'ampleur régionale, qui se raccordent à la vallée du Rhône. Vers l'Est, l'autoroute A 49 et les routes départementales D 1532 et D 1092 partent de Romans-sur-Isère, remontent la vallée de l'Isère en direction de Grenoble et du sillon alpin et conduisent même jusqu'à l'Italie et la plaine du Pô via le tunnel du Fréjus. Au départ de Chanas, la route départementale D 519 conduit également à Grenoble. Vers l'Ouest, de plus petits axes remontent les sinueuses vallées ardéchoises en direction du Massif Central. Les deux principaux axes sont celui qui relie Tournon-sur-Rhône au Puy-en-Velay, qui remonte la vallée du Doux jusqu'à Lamastre puis passe par Saint-Agrève. Le second relie Chanas à Annonay, puis rejoint Saint-Etienne (Figure 10).

[84] D'après M. Bornand (1972) des gelées sont relevées trois années sur dix sur les terrasses de la plaine de Valence et le couloir entre Loriol et Tournon subit des orages de grêle trois années sur dix également.

Figure 10: Relief, routes et réseau hydraulique principal de la Moyenne Vallée du Rhône



Sources : relief, routes et réseau hydraulique IGN-géoportail, implantation des villes C. Praly.

Les vergers de la Moyenne Vallée du Rhône se trouvent donc au cœur d'un véritable nœud logistique, entre Nord et Sud, Sillon Alpin et Massif Central. Cette situation représente un avantage certain pour la commercialisation des fruits frais. L'axe rhodanien du bassin de production est en effet jalonné de cinq sorties de l'autoroute A7. Du Nord au Sud, on trouve les sorties de Chanas, de Tain-l'Hermitage, de Valence Nord, de Valence Sud et de Loriol-sur-Drôme. Ainsi, au départ de Valence, un camion n'est qu'à une heure de route de Lyon, de Grenoble, de Saint-Etienne. Il peut rejoindre Paris en cinq à six heures, ainsi que Nancy, Bruxelles et le reste de l'Europe du Nord.

Mais ce caractère d'axe de communication ne revêt pas que des avantages. L'équipement en voies de transport se traduit par une pression foncière importante. Les infrastructures sont construites dans les vallées, sur les terres planes favorables à la culture fruitière. Elles induisent par ailleurs une forte dynamique d'industrialisation et d'urbanisation.

c) Carrefour socio-économique à dynamique d'urbanisation

Décrire le caractère socio-économique de la Moyenne Vallée du Rhône suppose de distinguer deux types d'espace : la vallée d'abord, puis les arrière-pays plus montagneux de la Drôme et de l'Ardèche.

La vallée correspond à un espace urbanisé. Ses nombreux équipements stimulent le développement de zones industrielles, commerciales et de stations logistiques, surtout aux abords des cinq sorties de l'A 7. L'agglomération de Valence en constitue le centre démographique, dont les prolongements rejoignent presque l'agglomération de Romans-Bourg-de-Péage dans la vallée de l'Isère. Au Nord, l'aire de Chanas et de Roussillon correspond à un espace industrialisé, occupé notamment par plusieurs industries chimiques. L'entre-deux, de Saint-Rambert-d'Albon à Pont-de-l'Isère, demeure plus rural. Les villages se succèdent serrés le long du fleuve, laissant encore la place à de nombreuses petites parcelles de vergers (Photo 4).

Ce que nous appellerons les arrières pays, c'est-à-dire les espaces de vergers qui s'étendent à l'est et à l'ouest de la vallée du Rhône, ont au moins une donnée commune, c'est leur caractère plus rural (Figure 12). Sur le plateau ardéchois la densité de population est plus faible, les routes tortueuses allongent les temps de déplacement, l'activité agricole est importante, même si des petits pôles industriels se maintiennent (Le Cheylard, Annonay). L'arrière pays drômois est lui-même plus diversifié. La Drôme des Collines est encadrée par les vallées urbanisées du Rhône et de l'Isère, l'intérieur des collines restant particulièrement rural, avec quelques industries implantées dans la vallée de la Valloire (Lafuma, Biscuiterie de la Tour, etc.). Plus au sud, la plaine de Valence est jalonnée de villages et de hameaux en pleine expansion sous l'effet de l'ouverture récente de la gare TGV d'Alixan. Cette plaine est bordée au sud par la vallée de la Drôme, dont la partie aval, entre Loriol-sur-Drôme et Crest, est un espace en urbanisation croissante, sous l'influence de Valence et de la vallée du Rhône.

A l'interface entre les centres urbains de la vallée et les espaces plus ruraux des arrière-pays, la dynamique démographique est caractérisée par l'installation d'une population de trentenaires[85], souvent avec enfants, qui viennent chercher un cadre de vie agréable tout en étant proche des grandes agglomérations. Cette tendance a été renforcée par l'ouverture de la gare TGV à Alixan, qui place Lyon à 40 minutes de train. Ces nouveaux arrivants compensent le départ des jeunes adultes partis étudier ou travailler en ville[86]. Ces familles sont principalement composées d'ouvriers et de cadres et professions intellectuelles supérieures dans la Drôme des Collines[87] et dans l'aire valentinoise[88], ainsi que d'artisans, commerçants et chefs d'entreprises dans le nord de l'Ardèche[89].

Cet espace où les contrastes sont nombreux entre le Nord et le Sud d'une part, et entre la vallée et les arrières pays d'autre part, est organisé par plusieurs territoires administratifs.

---

[85] Le solde migratoire de cette classe d'âge, sur la période 1990-1999 est de +9,5% en Drôme des Collines et de +4,8% en Ardèche Verte, source INSEE-Rhône-Alpes, portraits de territoires.

[86] Le solde migratoire des 15-29 ans, sur la période 1990-1999 est de -7% en Drôme des Collines et de -11% en Ardèche Verte, source INSEE-Rhône-Alpes, portraits de territoires.

[87] Sur la période 1990-1999, le solde migratoire des ouvriers est de +4,4% et celui des cadres et professions intellectuelles supérieures est de +10,8%, source INSEE-Rhône-Alpes, portrait de la Drôme des Collines, mars 2008.

[88] Sur la période 1990-1999, le solde migratoire des cadres et professions intellectuelles supérieures est de +1,5%, le second après celui des agriculteurs sur le territoire Vallée de l'Eyrieux-Grand Valentinois, source INSEE-Rhône-Alpes, portrait de Vallée de l'Eyrieux Grand Valentinois, décembre 2004.

[89] Sur la période 1990-1999, le solde migratoire de cette catégorie socioprofessionnelle est de +7,5%, source INSEE-Rhône-Alpes, portrait du Pays Ardèche Verte, mars 2004.

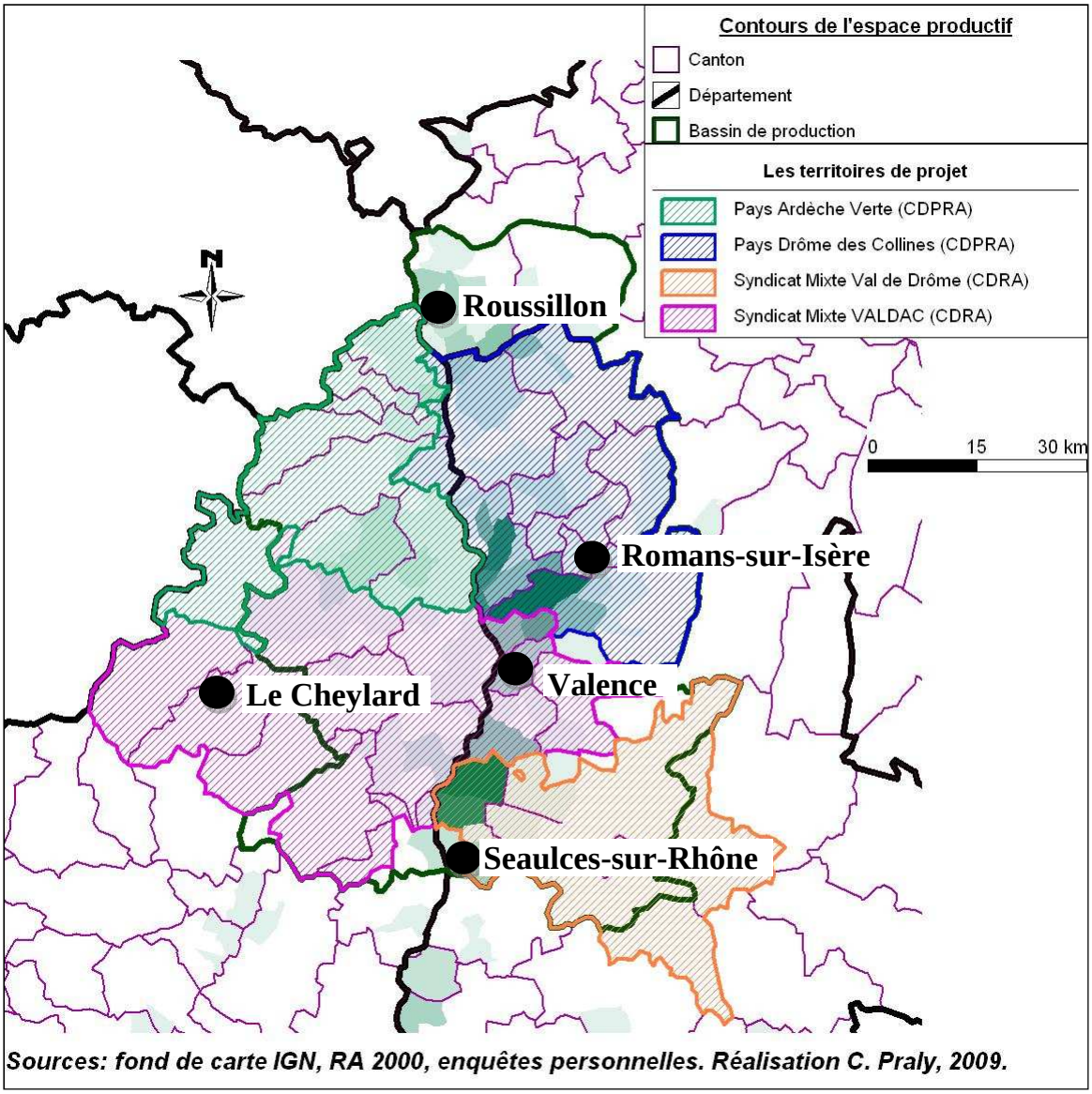
2. Un « mille-feuilles » territorial polarisé par l'axe rhodanien

a) Le « mille-feuilles » territorial de la Moyenne Vallée du Rhône

Le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône se situe donc dans la partie sud de la Région Rhône-Alpes, à cheval sur les départements de la Drôme, de l'Ardèche et sur quelques communes du sud-ouest de l'Isère. Il concerne principalement quatre territoires de projet, structurés en Pays (Loi Voynet) ou en Syndicats Mixtes porteurs de Contrats de Développement Rhône-Alpes (CDRA)[90] (Carte 8). Ces quatre territoires de projets qui rassemblent 23 communautés de communes se calquent sur la partition nord-sud et départementale de l'espace. En revanche, chacun d'eux recouvre à la fois l'espace de la vallée du Rhône et celui de l'arrière-pays, ce qui montre que les acteurs locaux envisagent l'interdépendance fonctionnelle de ces deux types d'espace.

[90] Dans le cas des Pays, ces contrats sont appelés Contrats de Développement de Pays Rhône-Alpes (CDPRA). Les CDRA et CDPRA ont été créés en 2000, ils font suite aux Contrats Globaux de Développement. Ce sont des outils de contractualisation entre la région et un territoire intercommunal (Pays ou Syndicat Mixte). Les territoires élaborent un projet de développement, décliné en axes et actions, pour lesquels la région octroie un financement.

Carte 8: Les quatre territoires de projet couvrant la Moyenne Vallée du Rhône



b) La polarisation par l'axe rhodanien

L'analyse statistique de chacun des quatre territoires administratifs produite par l'INSEE Rhône-Alpes montre qu'ils sont polarisés par l'axe rhodanien ainsi que par quelques centres urbains, notamment ceux d'Annonay et de Romans-sur-Isère situé dans la vallée de l'Isère. La démographie en est le premier révélateur (Figure 11). La population est en effet concentrée dans l'aire urbaine de la vallée du Rhône et de l'Isère, où elle augmente depuis 1990, contrairement aux parties les plus rurales des arrière-pays. Seul le territoire de la Drôme des Colline présente une évolution positive sur l'ensemble de son espace, fortement stimulée par sa double proximité avec les vallées du Rhône et de l'Isère (agglomération de Romans-sur-Isère).

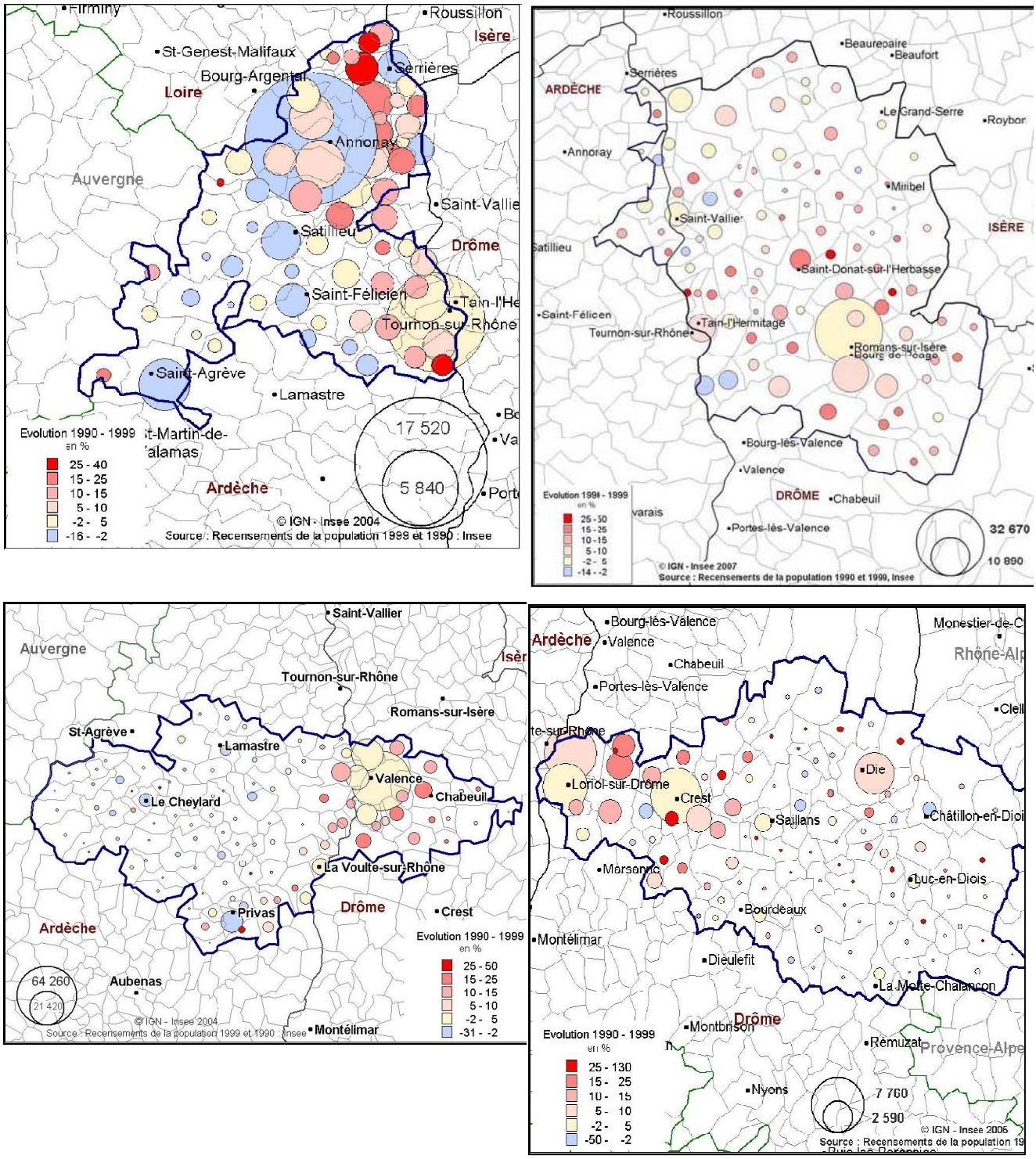
Les liens existant entre les espaces ruraux, les espaces urbains et les centres de services sont le second révélateur de la polarisation exercée par l'axe rhodanien. Les cartes (Figure 12) soulignent l'attractivité des villes de la vallée (comme Roussillon, Saint-Vallier, Tournon-sur-Rhône, Valence, Loriol-sur-Rhône) qui s'exerce sur l'arrière pays des deux rives, drômoise et

ardéchoise. L'analyse des déplacements des habitants révèle également l'importance des échanges entre territoires, et plus précisément entre espace rural et centres urbains[91]. En premier lieu, cela concerne les migrations journalières domicile-travail. Dans la Drôme des Collines 27% des actifs sortent du territoire quotidiennement pour rejoindre leur travail, dont la moitié prend la direction de l'aire urbaine de Valence, les autres allant vers Roussillon et Lyon. Les 14 300 personnes que cela représente croisent chaque jour 9 000 personnes qui arrivent de l'extérieur pour travailler sur le territoire, dont trois sur dix proviennent de l'aire de Valence, les autres venant notamment d'Annonay et de Saint-Marcellin. Sur la rive opposée, en Ardèche Verte, ce sont 23,8% des actifs qui travaillent en dehors du territoire, soit 7 258 personnes. Ils croisent quotidiennement 5 700 travailleurs entrant. Les communes du Nord sont tournées vers Roussillon, celles du Sud-Est vers Valence et Romans-sur-Isère, tandis que celles proches de Tournon-sur-Rhône ont également des échanges avec Tain-l'Hermitage. En second lieu, les habitants se déplacent pour accéder aux services et équipements. En effet, les espaces ruraux que sont l'ouest de l'Ardèche Verte et l'est de la Drôme des Collines ne disposent que de peu de services. Dans le Pays Ardèche Verte en 1998, 5,6% des habitants se trouvaient à plus de 5 km de distance des commerces et services de base contre 3,6% pour l'ensemble de l'espace rural de la région Rhône-Alpes.

Il apparaît donc que les quatre territoires de projet partagent en définitive le même centre. La vallée du Rhône et en particulier les agglomérations de Valence et de Romans-sur-Isère concentrent l'essentiel de la population, des services et des emplois de la Moyenne Vallée du Rhône. Nous ne sommes pas en présence, ici, de quatre territoires bien délimités, identifiés, homogènes ou bien construits par rapport à un centre qui serait à la fois démographique et géographique. Ces quatre territoires sont au contraire définis par rapport à un centre socio-économique qui est situé à leurs marges géographiques. Et c'est cette marge géographique qui fait office de frontière administrative entre eux. Si les territoires du CDRA Valence-Drôme-Ardèche-Centre (VALDAC) et du CDPRA Drôme des Collines dépassent les limites administratives départementales pour rassembler des communes des deux rives, ce n'est pas le cas des territoires du Pays Ardèche Verte et du CDRA Vallée de la Drôme-Diois. Les cartes montrent combien ces quatre territoires se partagent l'espace dynamique constitué par la vallée du Rhône, ce qui les rend interdépendants les uns par rapport aux autres. Ils sont parties prenantes d'une même entité socio-économique.

[91] Les données de cette partie sont issues des documents produits par l'INSEE-Rhône-Alpes, Portrait de la Drôme des Collines, mars 2008 et Portrait du Pays Ardèche Verte, mars 2004.

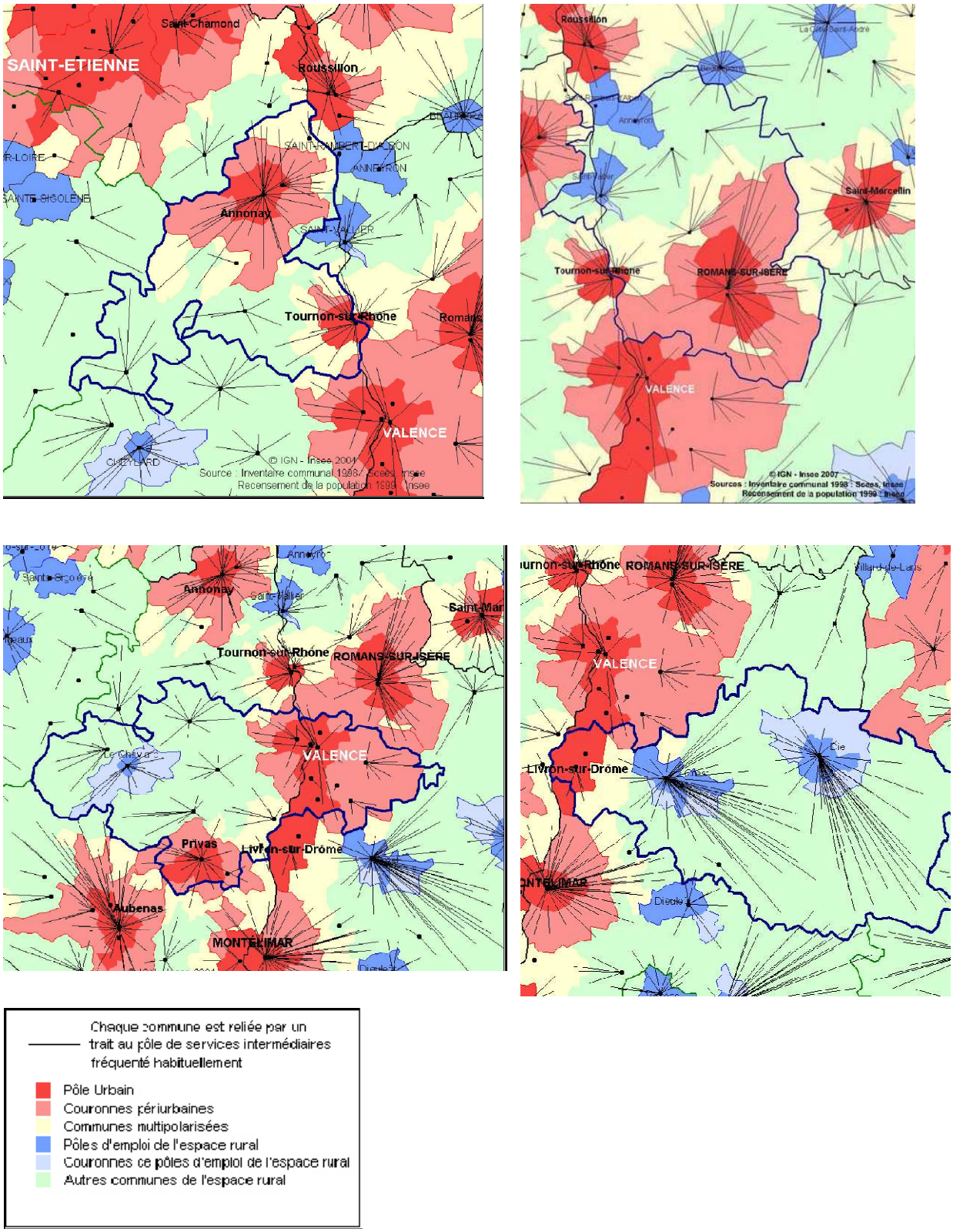
Figure 11: Nombre d'habitants en 1999 et évolution de la population entre 1990 et 1999 des quatre territoires de projets



Extrait de INSEE Rhône-Alpes, portrait du pays Ardèche Verte, mars 2004 ; portrait de la Drôme des Collines, mars 2008 ; portrait de Vallée de l'Eyrieux Grand Valentinois, décembre 2004 ; portrait de la Vallée de la Drôme/Diois, octobre 2006.

Sources : fond de carte IGN, recensement de la population 1999 et 1990 INSEE.

Figure 12: Espace urbain, espace rural et pôles de services des quatre territoires de projet



Extrait de INSEE Rhône-Alpes, portrait du Pays Ardèche Verte, mars 2004 ; portrait de la Drôme des Collines, mars 2008 ; portrait de Vallée de l'Eyrieux Grand Valentinois, décembre 2004 ; portrait de la Vallée de la Drôme/Diois, octobre 2006.

Sources : inventaire communal 1998 Scees, recensement de la population 1999 INSEE.

L'espace couvert par les vergers de la Moyenne Vallée du Rhône ne présente donc ni homogénéité géographique, ni identité territoriale propre, ni logique administrative unifiante. En revanche, une logique commune se lit des différentes analyses menées dans cette partie : le rôle de centre socio-économique et d'attractivité exercé par l'axe rhodanien sur l'ensemble de l'espace.

3. Une arboriculture plurielle, adaptée à la diversité des espaces

Si l'on mène, sur le fond de carte que nous venons de décrire, une analyse spatialisée des interrelations socio-économiques et physiques entre productions fruitières et territoires, il est possible de distinguer quatre espaces arboricoles différents. L'analyse des données cantonales et communales issues du RGA 2000, la lecture de paysage ainsi que nos enquêtes mettent en évidence des variations entre l'Ardèche et la Drôme, entre la vallée et les piémonts, mais surtout entre le sud et le nord de Valence. Ce sont ces différentiels qui permettent la délimitation des quatre sous-espaces arboricoles.

a) Le Sud-Drôme

Le sous espace du Sud Drôme, constitué de seulement dix communes, est le sous-espace où l'arboriculture est la plus modernisée et spécialisée. 55% des exploitations ont des vergers, mais ceux-ci occupent 31% de la SAU communale, proportion d'occupation du sol la plus élevée du bassin, de même que la surface moyenne de verger par exploitation qui a nettement progressédepuis 1979 pour atteindre 11 ha en 2000. L'arboriculture emploie directement seulement 1,2% de la population totale de cet espace. Ce taux, faible par rapport aux autres sous-espaces, s'explique par la forte densité démographique (470 hab/km²), la dynamique économique croissante et le développement de la périurbanisation autour de Valence. En outre, l'indépendance entre activité agricole et familiale, ainsi que le fait que 60% de la main d'œuvre des exploitations soit salariée, témoignent d'un fonctionnement entrepreneurial. Enfin, cet espace compte six OP en 2006, dont deux importantes coopératives, ce qui montre la diversité des formes de commercialisation et qui est également facteur d'emplois. L'impact de l'arboriculture dans la vie économique et sociale se traduit donc principalement par un fort rôle économique, en termes d'emplois directs et indirects, mais non primordial pour le développement de cet espace.

En ce qui concerne l'implantation des vergers, elle se concentre sur les espaces plats le long de la vallée du Rhône entre Seaulces et Châteauneuf-sur-Isère, sur la plaine des Chassis à l'est de Valence et le long de la vallée de la Drôme jusqu'à Crest (Photo 9). Dans le RGA 2000, le verger est principalement constitué de pêchers puis d'abricotiers. Mais depuis le début des années 2000, les abricotiers sont en train de supplanter les pêchers, décimés par la sharka[92]. Enfin, les parcelles situées en bord du Rhône sur les communes de Livron et de Loriol constituent un agroterroir favorable aux poiriers, qui se développent bien sur ces sols de limons inondables. On y observe encore quelques vieilles parcelles de cette espèce, en très forte régression.

b) Le Sud-Ardèche

L'espace du Sud-Ardèche correspond à la vallée de l'Eyrieux, comprenant 27 communes. Il se caractérise par une forte déprise de l'activité fruitière : les surfaces de vergers ont diminué de 47% entre 1979 et 2000, et n'occupent plus que 15% de la SAU communale.

[92] Maladie virale incurable qui affecte les prunus, et particulièrement le pêcher. Les arbres atteints produisent des fruits tâchés, non commercialisables. Transmise par les pucerons, la maladie se propage rapidement d'arbre en arbre et de verger en verger. La seule méthode de lutte employée aujourd'hui est l'arrachage de l'arbre affecté.

L'arboriculture n'emploie que 1,6% de la population totale, avec une main d'œuvre majoritairement familiale. Ainsi, dans la vallée de l'Eyrieux, les systèmes de production sont restés traditionnels, familiaux, morcelés, avec des surfaces moyennes de vergers de 3,5 ha par exploitation. L'impact socio-économique de cette activité diminue au rythme des arrachages des pêchers.

Le pêcher est, en effet, presque la seule espèce cultivée ici, parfois escorté d'une ligne de cerisiers en bord de parcelle. Ils sont principalement situés sur les quelques parcelles planes de l'aval de la vallée (« plaine des Avallons » aux Ollières-sur-Eyrieux, plaine de Saint-Laurent-du-Pont et de Beauchastel) et de manière plus éparse on en observe encore sur les terrasses de Dunières-sur-Eyrieux et parfois même jusque sur les hauteurs de Saint-Maurice-en-Chalancon et du Cheylard. Les infrastructures anciennes témoignent d'une longue histoire locale, mais aussi de l'absence de renouvellement : terrasses, canaux et trappes d'irrigation, cabanes d'emballage (Photo 6, Photo 8).

c) Le Nord-Drôme

L'arboriculture du Nord Drôme, espace qui s'étend sur 45 communes, revêt un rôle économique et social fort. Présente dans 61% des exploitations et couvrant 24% de la SAU, celle-ci a vu ses surfaces progresser de 53% entre 1979 et 2000. L'arboriculture de ce sous espace est celle qui emploie la plus grande proportion de main d'œuvre, 5,3% de la population totale, avec à la fois une forte implication familiale sur les exploitations, et une main d'œuvre majoritairement salariée. En outre, sept OP sont présentes dans cet espace, dont deux importantes coopératives, qui dynamisent elles aussi le secteur. Cette dynamique semble relativement bien répartie, avec un verger moyen de 8,1 ha par exploitation, et des structures très diversifiées, tant en termes d'espèces de fruits que de systèmes de production. La plupart des exploitations développent des systèmes associant l'arboriculture à une autre production agricole. Ces combinaisons entre variétés de fruits et autres productions varient selon les conditions locales, auxquelles elles sont adaptées.

Ainsi, sur les espaces étroits et escarpés de la vallée au niveau du défilé de Saint-Vallier et sur le plateau de Larnage, on trouve principalement des abricotiers de variété Bergeron associés à la production viticole d'appellation Hermitage et Croze-Hermitage (Photo 7). La variété Bergeron, originaire dit-on de Larnage[93], donne en effet les meilleurs résultats lorsqu'elle est cultivée sur les sols sableux de ce défilé. Plus au Nord, dans les petites plaines allant d'Andancette à Roussillon, les vergers sont davantage diversifiés et associés à la culture céréalière. C'est ici que l'on trouve le plus de pommiers, même si les pêchers, abricotiers et cerisiers y conservent une place importante, ainsi que les fraises et autres petits fruits. Dans les vallons de la Drôme des Collines, des vergers de toutes espèces s'intercalent entre forêts, autres cultures céréalières et un peu d'élevage, occupant souvent des espaces proches des villages. La vallée de la Valloire, à la limite nord du département, se particularise par le maintien d'une importante production de poires et de petits fruits (cassis, fraises). De manière générale dans cet espace de piémont, le morcellement ainsi que la vieillesse de certains vergers témoignent d'une activité ancienne. La diffusion des parcelles dans un vaste espace révèle en outre une culture complémentaire d'autres productions, céréales, élevage et parfois tabac.

[93] Larnage est un village situé quelques kilomètres au nord de Tain-l'Hermitage. Source : entretiens personnels avec les producteurs et techniciens arboricoles, 2006.

d) Le Nord-Ardèche

L'arboriculture du Nord-Ardèche présente à peu près les mêmes caractéristiques que dans le Nord-Drôme. Son emprise économique apparaît plus modérée. Les surfaces de verger ont progressé de 30% entre 1979 et 2000, mais n'occupent que 17% de la SAU totale et ne représentent que 2,57 ha en moyenne par exploitation fruitière. Aucune OP n'est située dans cet espace. Les arboriculteurs commercialisent par des expéditeurs privés ou par les OP drômoises. Il n'en demeure pas moins que la production fruitière recouvre un rôle social important pour cet espace très rural. L'arboriculture est en effet une activité présente dans 67% des exploitations agricoles, presque toujours en complément d'une autre production. Elle emploie 3,2% de la population totale, dont plus de 80% est de la main d'œuvre familiale.

Le verger du Nord-Ardèche est dominé par l'association entre abricotiers de variété Bergeron et cerisiers. Si l'on trouve encore quelques parcelles de pêchers et de framboisiers, ces espèces sont en nette diminution. Ces deux principales espèces s'insèrent dans des systèmes d'exploitation fruit-vigne d'appellation dans la vallée et fruits-élevage bovin sur les plateaux montagneux. La vallée présente des parcelles étriquées situées le long du Rhône (Photo 11) alors que les vignes occupent les coteaux abrupts. Sur cet espace étroit le paysage de vergers apparaît mité par l'urbanisation croissante des villages. Sur les plateaux parfois escarpés allant de la vallée du Doux à Annonay, les vergers d'abricotiers Bergeron et de cerisiers s'insèrent dans un paysage de pâturages et de forêts, particulièrement nombreux aux abords et aux cœurs des villages (Photo 10). Les parcelles sont de taille moyenne à petite et l'on rencontre à la fois des vergers anciens et des plantations récentes. Peu d'entre elles sont très modernisées, mais toutes sont exploitées. Ici, comme dans la vallée de l'Eyrieux, de nombreuses infrastructures traditionnelles ont été conservées - murets, terrasses – et l'on retrouve parfois une ligne de vieux cerisiers bordant une parcelle récente d'abricotiers.

Photo 6: Cabane d'emballage et terrain en déprise dans la vallée de l'Eyrieux

Cliché C. Praly, avril 2006.

Photo 7: Complémentarité arboriculture-viticulture dans le Nord Drôme

Les vergers sont sur les pentes, le vignoble de Croze-Hermitage occupe les terrains plats.

Cliché C. Praly, Mercurol, mars 2005.

Photo 8: Infrastructure traditionnelle d'irrigation dans l'Eyrieux

Cliché C. Praly, Saint-Laurent-du-Pape, avril 2005.

Photo 9: Vergers récents de différents âges dans le Sud Drôme

Cliché C. Praly, Grâne, avril 2005.

Photo 10: Vergers au cœur des villages du plateau nord-ardéchois

Cliché C. Praly, Colombier-le-Vieux, mai 2005.

Photo 11: Localisation des vergers du Nord Ardèche sur la rive du Rhône

Vergers ardéchois situés entre le Rhône et l'urbanisation. Village de Sarras photographié depuis l'Hermitage. *Cliché C Praly, mars 2005.*

4. Des liens arboriculture-territoires géographiquement différenciés

Les diverses formes de liens arboriculture-territoires laissent ainsi apparaître des ancrages territoriaux différents selon les sous-espaces du bassin de production. Ces liens géographiquement différenciés sont de deux natures, socio-économiques et physiques.

Pour ce qui concerne les liens socio-économiques, l'arboriculture peut être considérée comme une activité structurante, principalement sur la partie nord du bassin de production. La production fruitière pèse dans la vie économique et sociale locale, pour deux raisons principales. D'abord, elle participe de l'équilibre des exploitations agricoles du bassin. Celui-ci est construit sur des systèmes de production diversifiés qui articulent production fruitière et autres productions agricoles locales adaptées aux particularités agronomiques et à l'histoire du sous espace concerné. De fait, près d'une exploitation sur deux présente une production autre que l'arboriculture. En revanche, si les systèmes de production sont diversifiés, ils restent dans le domaine agricole. Très peu d'arboriculteurs exercent une activité autre qu'agricole (Tableau 8) : seules 1,9 % des exploitations fruitières présentent une activité touristique et 12 % une autre activité secondaire.

Tableau 8: Activités pratiquées par les exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône

Activités associées à la production fruitière	Nombre d'exploitations	Pourcentage
Vente directe	643	20,2% des exploitations fruitières
Activité secondaire	382	12% des exploitations fruitières
Transformation	205	6,4% des exploitations fruitières
Activité touristique	62	1,9% des exploitations fruitières

Sources : RGA 2000 par canton. Réalisation C. Praly

Ensuite, la production fruitière participe de l'équilibre économique et social de la Moyenne Vallée du Rhône. Cela passe d'abord par l'emploi agricole, et ensuite par l'insertion des ménages dans la vie locale. L'arboriculture fruitière nécessite énormément de main d'œuvre dont la moitié est salariée. Si l'origine des personnes salariées est majoritairement locale, quelques nuances sont observées selon les sous espaces. Dans le Nord-Drôme et le Sud-Drôme, les exploitations embauchent surtout des personnes vivant dans les villes environnantes, Saint-Vallier, Valence, Romans-sur-Isère. Pour les travaux au verger, ce sont souvent des personnes issues de l'immigration ou étrangères (Marocains, Tunisiens) et résidant en France ainsi que quelques étudiants. Certains Marocains et Tunisiens viennent spécialement dans la vallée pour travailler durant la saison, ayant de la famille ici ou logés par les producteurs. Néanmoins, les cas de logement sur place ne sont pas majoritaires. Ils concernent certaines exploitations, soit les plus grandes qui ont un grand besoin de main d'œuvre, soit celles trop éloignées des centres urbains. Pour les travaux en station d'expédition, les salariés sont majoritairement des personnes d'origine étrangère, des étudiants et des jeunes d'origine locale. Dans le Nord-Ardèche, où les besoins de main d'œuvre par exploitation sont moins importants, les employés sont généralement des locaux, étudiants ou personnes en recherche d'emploi.

En second lieu, en ce qui concerne les liens physiques entre l'arboriculture et les territoires, l'analyse de l'insertion des vergers dans le paysage dessine presque un effet terroir. De fait, observer la manière dont les vergers sont répartis dans l'espace, l'allure des parcelles, la répartition des espèces, révèle les terroirs pédoclimatiques ou les spécificités culturales locales. L'impression générale émanant de la Moyenne Vallée du Rhône est celle d'une arboriculture diverse (des parcelles récentes côtoient des vergers anciens), diversifiée (toutes les espèces sont présentes partout, même si certaines zones sont plus spécialisées), ancrée dans l'histoire (parcelles et infrastructures traditionnelles) et dans les savoir-faire locaux (énormément de jardins privés comptent des arbres fruitiers très bien entretenus). En plus des différences visibles entre les quatre sous espaces, un important clivage s'exprime entre les vergers situés le long de la vallée du Rhône (zone plus concentrée et intensive) et ceux plus dispersés à l'intérieur des terres. Le long du fleuve, les vergers sont concentrés sur les terrains alluvionnaires plats, où ils apparaissent récents et modernisés : plantations haute densité et palissage en témoignent. Dans l'intérieur des terres, plus préservées de la pression foncière, les traces des implantations traditionnelles sont plus courantes.

Finalement, l'analyse spatialisée de l'arboriculture, des structures d'exploitation et de leurs interrelations avec les territoires montre qu'il existe des ancrages territoriaux variables selon les sous-espaces de la Moyenne Vallée du Rhône. Le Nord Drôme et le Nord Ardèche sont les sous espaces où l'ancrage de l'arboriculture est le plus fort, à la fois économique, social et historique. Dans le Sud-Drôme, l'ancrage passe essentiellement par le tissu économique lié à l'activité fruitière. Enfin, il tend à se déliter dans la vallée de l'Eyrieux, où l'ancrage se réduit à l'histoire et au patrimoine.

A ce niveau de l'analyse, l'espace de la Moyenne Vallée du Rhône apparaît donc comme une mosaïque d'espaces pédo-climatiques sur laquelle se superposent des territoires administratifs polarisés par le même centre dynamique et attractif, l'axe rhodanien. Si l'arboriculture est présente sur l'ensemble de l'espace étudié, elle s'insère dans cette mosaïque en dessinant des espaces arboricoles différenciés. Voyons à présent quels sont les liens entre ces espaces arboricoles et l'organisation de la filière locale.

III. Une logique de fonctionnement : valoriser la diversité en l'assemblant pour l'expédition

Comment un bassin de production peut-il exister sur un espace aussi divers ? Comment cette diversité peut-elle être valorisée sur les marchés nationaux et européens ? Pour comprendre les ressorts de la stratégie des opérateurs clefs du bassin, les premiers metteurs en marché, il faut s'attarder un moment sur la manière dont ils articulent la diversité de l'offre issue de ce bassin de production à la demande de leurs marchés. Nous analyserons donc d'abord quelle est la nature de cette demande, avant d'expliciter les différentes stratégies existantes pour y répondre.

1. Prédominance et exigences des marchés d'expédition

L'analyse fine des débouchés des opérateurs de première mise en marché de la Moyenne Vallée du Rhône révèle une orientation commune. C'est en explicitant quels sont ces marchés et leurs exigences que nous pourrons, ensuite, comprendre comment les expéditeurs s'organisent pour répondre à leur demande grâce à (ou en dépit de) la diversité de la production locale.

a) Prédominance des marchés d'expédition

Les opérateurs de première mise en marché de la Moyenne Vallée du Rhône vendent leurs fruits principalement sur le « marché d'expédition », soit à trois grandes catégories de clients (Tableau 9) : les centrales d'achat des GMS, les grossistes nationaux et les marchés exports[94]. L'Europe du Nord (Allemagne, Royaume-Uni, Suisse ou encore Belgique) constitue la destination d'exportation privilégiée pour les fruits d'été tandis que l'Italie est une destination intéressante pour les abricots ou fruits de contre saison. Les fruits ne sont en effet pas destinés aux marchés de consommation locaux ou régionaux. L'investigation menée sur le M.I.N. de Lyon pour le programme PSDR est à ce titre révélatrice de la déconnexion existante entre la production de la Moyenne Vallée du Rhône et cette importante place du marché régional (Chazoule, 2005). En effet, le M.I.N. de Lyon représente le second marché national de produits frais après Rungis[95]. Il accueille 40 grossistes de fruits et légumes et 130 000 t de fruits y sont vendues chaque année. Or, ces fruits proviennent pour 63% d'importation d'Europe, d'Afrique, d'Amérique du Nord et du Sud et d'Australie. Les 37% restant sont d'origine française, dont 15% viennent du Languedoc-Roussillon, 15% de la région PACA et 7% seulement de la région Rhône-Alpes. Ainsi, on peut affirmer que la plus grande partie des fruits mis en marché par les expéditeurs de la Moyenne Vallée du Rhône est en effet expédiée vers les grossistes, les centrales d'achats et les exportateurs dans toute la France et en Europe du Nord[96]. A quelques exceptions près, les différents types d'expéditeurs, privés ou coopératives, ne servent pas le marché de gros régional (ni le M.I.N., ni les grossistes régionaux). Ils expliquent cela par la nécessité de vendre leurs fruits hors de la zone de production, où ils se trouvent alors en concurrence directe avec les producteurs : « *On travaille très peu sur Lyon ou sur Marseille, ou Avignon ou Saint-Étienne, on essaie d'aller un peu plus loin parce que la zone de production nous fait une concurrence ici. Et une concurrence à la baisse. Ils ne vendent pas très chers car ils n'ont pas d'intermédiaires, ils n'ont pas ou presque pas de frais, les frais de conditionnement sont assez faibles…Bon nous on est soumis aux charges des entreprises.* »[97].

b) L'exigence des marchés d'expédition : homogénéité, volumes, durée, gamme, normes… et prix

Ces marchés d'expédition, appelés aussi marchés de gros[98], ont des besoins spécifiques. Il s'agit tout d'abord d'être capable de fournir des volumes conséquents de différents lots de fruits - déclinés en espèces, variétés et catégories - sur une durée la plus longue possible dans la saison. Un client préfère en effet avoir un seul fournisseur qui lui livre régulièrement pendant l'été des lots de pêches, d'abricots, de cerises, de poires, etc., de catégorie correspondant au segment de marché visé. Ainsi, un opérateur de première mise en marché doit s'assurer un approvisionnement suffisamment varié, important en volumes et étalé sur la saison pour pouvoir, après l'avoir calibré et trié, en tirer des lots de catégories normalisées de tailles suffisantes pour intéresser les marchés de gros. Et ces lots, qui sont expédiés jusque dans le nord de l'Europe et les pays de l'Est, doivent « tenir », c'est-à-dire que les fruits doivent rester d'une belle qualité pendant encore plusieurs jours après leur réception et leur mise en étalage. Le risque qu'ils s'abîment s'ils sont trop mûrs, ou qu'ils pourrissent s'ils sont

[94] L'exportation peut avoir lieu soit directement depuis l'expéditeurs vers des acheteurs étrangers, soit via un courtier ou un grossiste spécialisé.

[95] Tant en termes de volumes échangés qu'en termes de chiffre d'affaires des opérateurs.

[96] D'après les enquêtes menées pour le programme PSDR II et nos enquêtes personnelles.

[97] Expéditeur privé, président de l'UEEFEL-RA, 2006.

[98] Ce sont les deux dénominations que nous utiliserons pour la description et l'analyse des résultats dans la suite de l'exposé.

blessés (traces de grêle, de choc, cerises qui éclatent après la pluie), est généralement reporté sur le metteur en marché, à qui la marchandise est retournée si elle est jugée non conforme à la réception. Les professionnels évoquent souvent à ce sujet l'impératif d'éviter « la casse » ou « les retours ».

Ces marchés sont ensuite de plus en plus exigeants en termes de certification. Non seulement les fruits doivent être triés, conditionnés et étiquetés selon les catégories de la normalisation européenne, mais en outre, depuis le 1er janvier 2005, la traçabilité des fruits doit être assurée[99] (Husson, 2005). Chaque station d'expédition doit enregistrer les lots livrés par les producteurs, et les identifier ensuite tout au long du processus de calibrage, de conditionnement et d'expédition. La démarche HACCP est également devenue obligatoire en 2006 dans toutes les entreprises alimentaires[100]. Il s'agit d'un système de prévention des risques afin de garantir la sécurité des aliments.

Outre ces contraintes réglementaires imposées par l'OCM fruits et l'Union Européenne, les clients exigent de plus en plus le respect de leurs propres cahiers des charges ou de certifications internationales pour acheter les fruits ou référencer un fournisseur. Ainsi, une enquête menée par le CTIFL en 2007 montre que les expéditeurs nationaux cumulent les certifications pour s'assurer leurs différents débouchés : 41% d'entre eux gèrent de 5 à 6 démarches, et 21% en gèrent plus de 6 (Glemot et Gros, 2007). Pour citer les principales démarches qui concernent les stations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône, nous évoquerons[101] d'abord les enseignes de la grande distribution qui ont mis en place des cahiers des charges pour les producteurs. Par ce biais, elles imposent des pratiques respectueuses de l'environnement et/ou des critères de qualité des fruits (calibre, taux de sucre). C'est le cas de la Filière Qualité Carrefour (FQC) devenue en 2008 Engagement Qualité Carrefour (EQC). Citons ensuite le référentiel EurepGap, devenu en 2007 GlobalGap, mis en place par l' « Euro-Retailer Produce Working Group ». Cette organisation de distributeurs européens impose dans ce référentiel des pratiques de production respectueuses de l'environnement et la traçabilité. Il est aujourd'hui très largement demandé par les distributeurs européens. En 2006 dans la filière française, 78% des opérateurs d'expédition ont mis en place EurepGap chez au moins un producteur, et 19% prévoient de travailler sur la certification dans les douze mois à venir. Au total, c'est en moyenne 30% des producteurs regroupés autour d'un opérateur d'expédition qui devaient être certifiés fin 2007 (Glemot et Gros, 2007).

[99] Règlement européen 178/2002.

[100] Règlement européen n°852/2004. Le système d'analyse des dangers - points critiques pour leur maîtrise, appelé système HACCP *(Hazard Analysis Critical Control Point)*, est une méthode de maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires. Son objectif est la prévention, l'élimination ou la réduction à un niveau acceptable de tout danger biologique, chimique et physique. Pour ce faire, la démarche consiste en une analyse des dangers existant au cours du processus de production, permettant l'identification de points critiques lors desquels il est possible de les maîtriser.

[101] Les autres démarches liées au mode de production sont : le référentiel Agri-Confiance ; Tesco Nature's Choice ; la charte PFI ; le réfentiel Qualification agriculture raisonnée ; QS). Les démarches liées à l'organisation et à l'hygiène sont : les référentiels ISO 9000, 14000 et 22000 ; la certification Qualipom'fel ; la norme BRC ; l'IFS. Pour plus d'information, voir l'Infos-Ctifl n°235, octobre 2007.

Tableau 9: Types et localisation des clients des expéditeurs de la Moyenne Vallée du Rhône (2002-2006)

	Metteur en marché	Répartition clientèle (en % du chiffre d'affaires)	Localisation des clients
Coopératives	**Rhodacoop**	35% GMS 40% export 20% Grossistes 5% Vente directe magasin	France Locale
	Hermitage-Basse-Isère	35% GMS 30% export 15% industrie 20% Grossistes	France Allemagne, Angleterre, Italie
	Drôme Fruit	80% GMS 10% Grossistes 10% Export	France et Europe France
	Valsoleil	Export GMS	Italie, Allemagne France
	Lorifruit	80% GMS 10% Grossistes 10% Export	France et Europe France
	Coopeyrieux	70% GMS 20% Grossistes 10% industrie	France et étranger
Expéditeurs privés	**Lhorme**	50% export 40% grossistes 10% GMS	Allemagne, R.-U., Espagne, Italie Paris, Roanne, Lille, Canne, Nice France
	Giraud Fruits		3-4% en Rhône-Alpes
	Metral Fruits	70% GMS 20% grossistes haut gamme 10% export 3% transformation	Région Rhône-Alpes Région Rhône-Alpes Angleterre, Allemagne, Suisse, Belgique… Locale
	Savajols	30% export 30-35% Grossistes 30% centrales d'achats	Suisse, Allemagne, Angleterre, Italie,… « surtout pas Lyon ! » France
OP libres	**OP ValRhoFruits (conventionnée avec Comptoir Rhodanien)**	GMS Grossistes Export	France
	OP Dollon-Valloire (conventionnée avec Lhorme et Bornand)	GMS Grossistes	France
	OP GDV (groupement Dauphiné Vivarais)	60% GMS 40% Grossiste	« presque rien dans la Région »
	OP Fruval	40% GMS 40% export	
	OP GAMOVAR	60% Grossistes 40% GMS	

Sources : enquêtes PSDR (Jean Puypalat 2002 et Carole Chazoule 2004), enquêtes personnelles 2006.

Normes et certifications de qualité sont devenues des conditions d'accès au marché, mais ne permettent pas d'obtenir une revalorisation des prix de vente[102] (Glemot et Gros, 2007). Au mieux, ils assurent l'écoulement des volumes de production, ce qui est déjà bien dans les années de saturation du marché[103]. Le prix bas pour une production exigeante en travail est devenu la norme.

2. « Gestion » de la diversité par les opérateurs de l'expédition

Comment un espace productif si diversifié peut-il produire des grands volumes de fruits normalisés ? Pour satisfaire à ces exigences toujours plus contraignantes, les opérateurs de la première mise en marché ont développé trois modes d'organisation qui composent avec un approvisionnement réparti sur les différents espaces productifs, tout en minimisant leurs charges.

a) Répartition géographique de l'approvisionnement pour constituer la gamme

A l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône, les stations d'expédition gèrent un approvisionnement provenant d'un rayon géographique de quelques dizaines de kilomètres autour d'elles-mêmes, souvent réparti sur les deux départements de la Drôme et de l'Ardèche, voire de l'Isère. Cette répartition géographique permet d'obtenir non seulement des volumes conséquents, mais également une gamme d'espèces, de variétés et un étalement des maturités sur la saison. De fait, les vergers de la vallée produisent les premiers fruits, pour l'ouverture du marché, tandis que ceux des plateaux ardéchois, plus tardifs, permettent de terminer la saison. La différence de maturité, pour une même variété, par exemple l'abricot Bergeron, peut atteindre trois semaines à un mois entre un verger de Tain-l'Hermitage et une parcelle de Lamastre. Ainsi, la particularité des opérateurs de la Moyenne Vallée du Rhône, et ce qu'ils ont longtemps mis en avant comme argument commercial, est leur capacité à produire « de tout »[104]. Que ce soit à l'échelle d'une OP libre, avec peu d'adhérents, ou à celle d'une OP coopérative beaucoup plus grande, la répartition géographique des producteurs est conçue pour permettre l'approvisionnement de l'OP en une gamme de fruits.

b) Trois manières de traiter la diversité par les opérateurs d'expédition

Le travail mené dans le programme PSDR II montre que chaque OP développe une stratégie propre pour gérer et valoriser au mieux cette diversité de production. Parmi celles-ci, trois modèles idéaux-types de mise en marché et de gestion de la diversité de la production sont décrits au sein des OP de la Moyenne Vallée du Rhône (Pluvinage et al., 2005).

Stratégies visant un approvisionnement homogène : modèle de la délégation

Dans les OP relevant du modèle de la délégation, les producteurs délèguent entièrement la commercialisation à la structure collective, comme dans les OP coopératives. La variabilité de la qualité des fruits n'est pas recherchée au niveau de l'OP, au contraire. Le principe organisateur consiste à externaliser la gestion de la variabilité de la qualité auprès des producteurs, par exemple en les laissant vendre eux-mêmes les fruits de petits calibres ou trop mûrs. De ce fait, l'OP vise à obtenir un seul type de qualité des fruits : une « bonne » qualité standard (souvent appelée « standard plus » par les professionnels) définie par les normes des GMS et de l'export. Ce choix stratégique conduit l'OP à avoir des exigences importantes envers les producteurs. L'arboriculteur doit en effet fournir une offre dont la variabilité est

[102] Malgré les exigences croissantes de l'aval de la filière, la pression concurrentielle maintient le nivellement par le bas des prix des fruits à la première mise en marché.

[103] Propos confirmés par les directeurs des coopératives interviewés en 2006.

[104] Voir le nombre d'espèces commercialisées par les OP sur la Carte 6.

réduite en fonction des critères retenus par l'OP. Pour ce faire, l'OP intervient le plus en amont possible sur leurs pratiques de production pour pouvoir « *organiser l'offre en cours de culture* » (Pluvinage et al., 2005, p.10). Il s'agit d'anticiper l'élaboration de la qualité par des préconisations techniques en cours de culture élaborées au niveau de l'OP en coordination entre le technicien, le directeur et le service commercial. Ces préconisations portent sur le choix des variétés implantées lors du renouvellement des parcelles et sur la conduite annuelle du verger. Ainsi un cahier des charges à la production est défini au niveau de l'OP, intégrant les exigences des marchés d'expédition des GMS et de l'export. Une telle stratégie permet de traiter des volumes importants tout en planifiant relativement les opérations qu'il est nécessaire de réaliser en fonction des marchés prévisibles.

Le modèle de la délégation concerne principalement les OP coopératives et certains expéditeurs privés pour qui les GMS constituent un débouché important. Ce sont les entreprises susceptibles de commercialiser des volumes de fruits importants.

Stratégies valorisant la diversité de l'approvisionnement : modèle de la fédération

Pour les OP relevant du modèle de la fédération, l'initiative des transactions commerciales est laissée aux producteurs, mais s'exerce dans le cadre d'une convention négociée avec un nombre restreint de négociants, comme dans les OP libres. Le principe organisateur est de coordonner les actions individuelles, de les mettre en cohérence pour être capable, à l'échelle du collectif, de valoriser au mieux la diversité. Dans ce modèle, la diversité doit être accompagnée le plus loin possible dans le circuit marchand afin de la traiter comme un atout, ou du moins comme une réalité productive qui ne doit pas être écrasée. En pratique, cela signifie qu'à l'échelle de l'OP les metteurs en marché développent des relations commerciales suivies avec différents types de débouchés (marchés de proximité, grossistes, GMS, export), aptes à valoriser les différentes qualités de la production. Ces relations commerciales sont davantage construites sur la confiance réciproque quant à la satisfaction de la demande que sur des normes privées. Elles permettent ainsi non seulement de valoriser la diversité de la production, mais également de satisfaire la variabilité de la demande qui dépend de l'état du marché ou des températures estivales[105]. Les OP relevant de ce modèle n'interviennent que peu sur la production. Le « *tri à la récolte* » (Pluvinage et al., 2005, p.10) opéré sur les critères commerciaux classiques (calibre, aspect, éventuellement taux de sucre ou fermeté) est leur principal mode de qualification. De là, les fruits seront orientés vers tel ou tel débouché, les mieux adaptés à leur qualité.

Le modèle de la fédération concerne principalement les OP libres[106], les expéditeurs privés ainsi que les producteurs-expéditeurs indépendants qui organisent leur production et la gestion de leur clientèle en interaction étroite.

Modèle « clubs » avec sélection des producteurs

Le modèle « club de producteurs » est décrit comme un modèle émergent, au croisement des deux modèles précédents. Il consiste à sélectionner les producteurs entrant dans l'OP sur des critères de maîtrise technique et de structure de production. Il repose sur un nombre restreint de producteurs (environ une dizaine) qui disposent de surfaces de vergers importantes (plus de 30 ha par exploitation). Comme dans le modèle de la fédération, le principe organisateur est l'indépendance commerciale des producteurs fédérés dans la volonté commune de valoriser la diversité, mais sur une palette restreinte aux segments du marché haut de gamme. L'objectif est donc de ne pas avoir à gérer des lots de seconde catégorie. Pour ce faire, on

[105] La consommation de fruits d'été augmente lorsque les températures augmentent.

[106] Ce modèle fédère particulièrement les producteurs qui souhaitent « garder la main » sur les opérations commerciales.

retrouve comme dans le modèle de la délégation la volonté d'anticiper et de piloter la qualité en amont, au champ, mais à partir de choix collectifs et non imposés par l'OP.

Le modèle « club de producteurs » concerne quelques OP libres et producteurs-expéditeurs indépendants qui sélectionnent quelques autres producteurs pour compléter leur production. Cette sélection est faite sur la base de critères agronomiques (localisation des exploitations, caractéristiques du climat et des terrains, composition variétale du verger) et sur la stratégie de production du producteur, qui doit être en adéquation. Ce modèle nécessite une capacité des producteurs à se coordonner à moindre coût et de manière souvent informelle avec d'autres producteurs qui partagent leurs objectifs et leur manière de produire.

Certes, la vision présentée ici sous forme de modèle reste schématique. Mais si la plupart des OP emprunte en réalité des traits à chacun des trois idéaux-types, les tendances observées dans les deux grands types d'OP (coopérative et libre) demeurent expliquées par ces modèles. En particulier, celui de la délégation permet de comprendre l'organisation commerciale qui émane des coopératives.

c) Les unions commerciales des OP coopératives pour minimiser les charges commerciales

Pour répondre efficacement à la demande des marchés d'expédition, les OP coopératives et les expéditeurs relevant du modèle de la délégation doivent être capables de regrouper des volumes importants tout en minimisant leurs charges de commercialisation. Pour cela, elles ont tissé une organisation commerciale dont le maillage s'étend sur la Moyenne Vallée du Rhône et se connecte aux vergers méridionaux.

La capacité à fournir des pêches précoces (c'est-à-dire début juin) est importante pour accéder au marché des GMS dès l'ouverture de la saison, sans quoi d'autres opérateurs risquent de ravir la place de fournisseur et la conserver tout au long de la saison. Cette question se pose pour les deux types d'OP. Les conditions pédoclimatiques de la Moyenne Vallée du Rhône ne permettent pas une production stable de pêches précoces de bon calibre (Pluvinage et al., 2005). Aussi, dans le modèle de la délégation où l'objectif est d'obtenir une bonne qualité standard, la solution la plus souvent adoptée est la recherche d'approvisionnements méridionaux provenant de la plaine de Pierrelatte, de la Crau (Gard, Bouches-du-Rhône) ou même d'Espagne et de Tunisie. Les OP coopératives, relevant du modèle de la délégation, ont ainsi toutes fait le choix de s'approvisionner plus au Sud soit par la délocalisation d'exploitations adhérentes, soit par l'achat de produits hors coopérateurs (il y a alors création d'une société commerciale adossée à la coopérative). Ce complément d'apport permet à l'OP de compenser ce qu'elle n'a pas pu faire produire par ses producteurs locaux, et de satisfaire ainsi à la demande des marchés d'expédition. En revanche, les OP libres et autres organisations relevant du modèle de la fédération n'ont pas toutes opté pour la recherche d'approvisionnements méridionaux. S'il est facile pour certaines de développer des liens commerciaux avec un fils ou un producteur parti s'installer dans le Sud, d'autres ont intégré cette variable dans l'élaboration de leur stratégie commerciale : l'absence de pêche précoce est géré comme un élément parmi les autres de la diversité de la production locale. Cette stratégie est possible lorsque les centrales d'achat ne représentent pas une part importante des débouchés, ou lorsque ces OP sont capables de leur offrir une qualité différente de la bonne qualité standard.

En outre, deux principaux regroupements commerciaux permettent aux expéditeurs du modèle de la délégation de mutualiser les charges commerciales, de rassembler des volumes de production importants visant toujours une bonne qualité standard afin de faciliter leur accès aux centrales d'achats. Le premier est Fruit Union SA, société commerciale qui

rassemble deux coopératives de la Moyenne Vallée du Rhône (Lorifruit, Drôme Fruit), ainsi que quatre producteurs-expéditeurs indépendants, dont un seulement est situé dans le bassin de production (à Glun). Les trois autres assurent l'approvisionnement en fruits méridionaux puisqu'ils sont situés à Montélimar (26), à Saint-Martin-de-Crau (13) et à Bellegarde (30). Elle assure la fonction de commercialisation pour ces six expéditeurs sociétaires et pour une coopérative située à Saint-Romain-en-Jarez dans la Loire avec laquelle elle a passé un accord commercial. En 2005, Fruit Union SA a commercialisé 24 000 t de fruits à noyaux et se positionne ainsi comme l'un des premiers metteurs en marché français de cette catégorie. Le second groupement est le GIE Valleyrieux, devenue Union de Coopératives en 2005, qui commercialise la production de trois coopératives de la Moyenne Vallée du Rhône (Coopeyrieux, Valsoleil et Fruval), soit au total 15 000 t de fruits.

3. Un bassin de production structuré par et pour l'expédition

La description des stratégies et des organisations déployées pour valoriser la production du bassin sur les marchés d'expédition dessine une construction organisationnelle qui couvre l'ensemble de l'espace productif. C'est dans la compréhension du fonctionnement de cette construction organisationnelle que prend sens l'entité « Moyenne Vallée du Rhône » comme bassin de production pour l'expédition.

a) Les stations d'expédition, centres structurants du bassin

La géographie de l'espace productif arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône correspond aux caractéristiques des bassins de production décrites par Jean-Pierre Diry (1997). Pour lui, en effet, tout bassin de production présente généralement un cœur où les conditions de production sont les plus favorables, les prix de revient les plus bas et des marges où le système tend à se dégrader. Les cartes révèlent, en Moyenne Vallée du Rhône, l'épine dorsale de l'axe rhodanien où la production est concentrée et les marges où les vergers se diluent progressivement. Or, la vallée du Rhône est également le lieu où la pression foncière est la plus grande. Qu'est-ce qui explique cette concentration dans la vallée ?

D'une part, les conditions de production y sont certes plus favorables : terrains plats, réseaux d'irrigation, sols adaptés à la production fruitière. D'autre part, les conditions de mise en marché y sont également plus favorables, puisque la quasi-totalité des stations d'expédition et les deux marchés de production sont situés le long de la vallée du Rhône, répartis à proximité des cinq sorties de l'autoroute A7 qui jalonnent l'épine dorsale du bassin. Comme l'a montré Claudine Durbiano dans son analyse du système productif de primeurs du Comtat (Durbiano, 1997), nous pensons que la proximité entre les producteurs et les centres de mise en marché est primordiale dans l'explication de la géographie de ce bassin de production de fruits frais. En effet, la gestion de la fraîcheur impose ici, comme dans le Comtat, des allers-retours quotidiens entre le verger et la station d'expédition, qui ne peut donc pas être située à plus d'une heure ou deux de trajet de l'exploitation.

La fréquentation quotidienne des stations d'expédition par les producteurs influence également la dynamique sociale du bassin. Qu'elles appartiennent à des coopératives, des producteurs-expéditeurs, des expéditeurs privés, des bureaux de vente, ou que ce soit sur les marchés physiques, les stations d'expédition sont des lieux où les producteurs se croisent fréquemment pendant les mois de la saison de récolte. Ils constituent aujourd'hui les principaux lieux de rencontre, presque incontournables, entre arboriculteurs. En effet, si les centres techniques comme la SEFRA ont joué un rôle d'émulation et de rassemblement dans

la période de modernisation (années 1960-1980), cette dynamique a aujourd'hui disparu[107]. Les techniciens l'expliquent par la privatisation progressive de la recherche variétale, par le développement du conseil technique interne aux OP (souvent assuré par un technicien de la Chambre d'agriculture), et par des demandes plus spécifiques de la part des producteurs, nécessitant une analyse individuelle de leur exploitation de la part des techniciens.

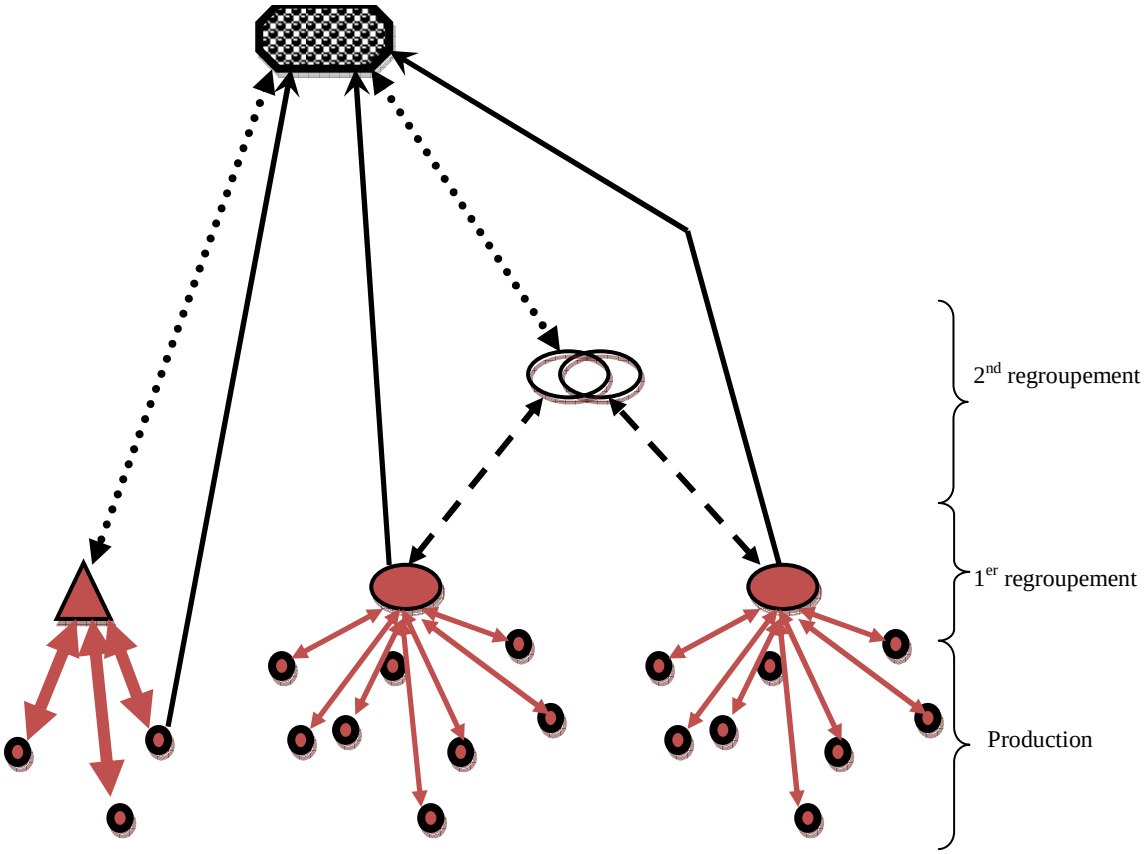
Les stations d'expédition, quel que soit leur statut, constituent donc des centres structurant la géographie de la production et des lieux de rencontre entre arboriculteurs. Voyons comment la diversité de leurs organisations influence la structuration spatiale du bassin de production.

b) Le maillage du bassin par les différents types de metteur en marché

Deux niveaux de regroupement des flux de production expliquent la structuration spatiale du bassin de production (Figure 13). Le premier a lieu au stade des liens entre producteurs et opérateurs de première mise en marché, organisés de diverses façons dans des OP coopératives ou libres ou encore dans des organisations informelles du modèle de la fédération. Ce niveau concerne majoritairement un regroupement physique de la production livrée pour être calibrée et conditionnée dans les stations d'expédition (même si dans les OP libres chaque producteur-expéditeur peut disposer de sa propre station). Le second regroupement se joue au niveau des accords entre opérateurs de première mise en marché, qui concernent principalement des expéditeurs du modèle de la délégation. Il n'y a jamais regroupement physique de la production à ce niveau. Le regroupement concerne seulement les transactions commerciales, donc les flux d'information et les facturations. Les commerciaux réceptionnent les demandes du marché d'expédition, et les transmettent ensuite vers les centres opérationnels que sont les stations d'expédition (coopératives, producteurs-expéditeurs). A leur tour, leurs directeurs transmettent les exigences de ce marché vers leur propre production ou vers leurs producteurs apporteurs, via les cahiers des charges à la production.

[107] Entretien avec un technicien de la SEFRA, avec un technicien de la Chambre d'agriculture de l'Ardèche et avec un responsable syndical élu à la Chambre d'agriculture de la Drôme, 2006.

Figure 13: Les deux niveaux de regroupement de la production pour l'expédition



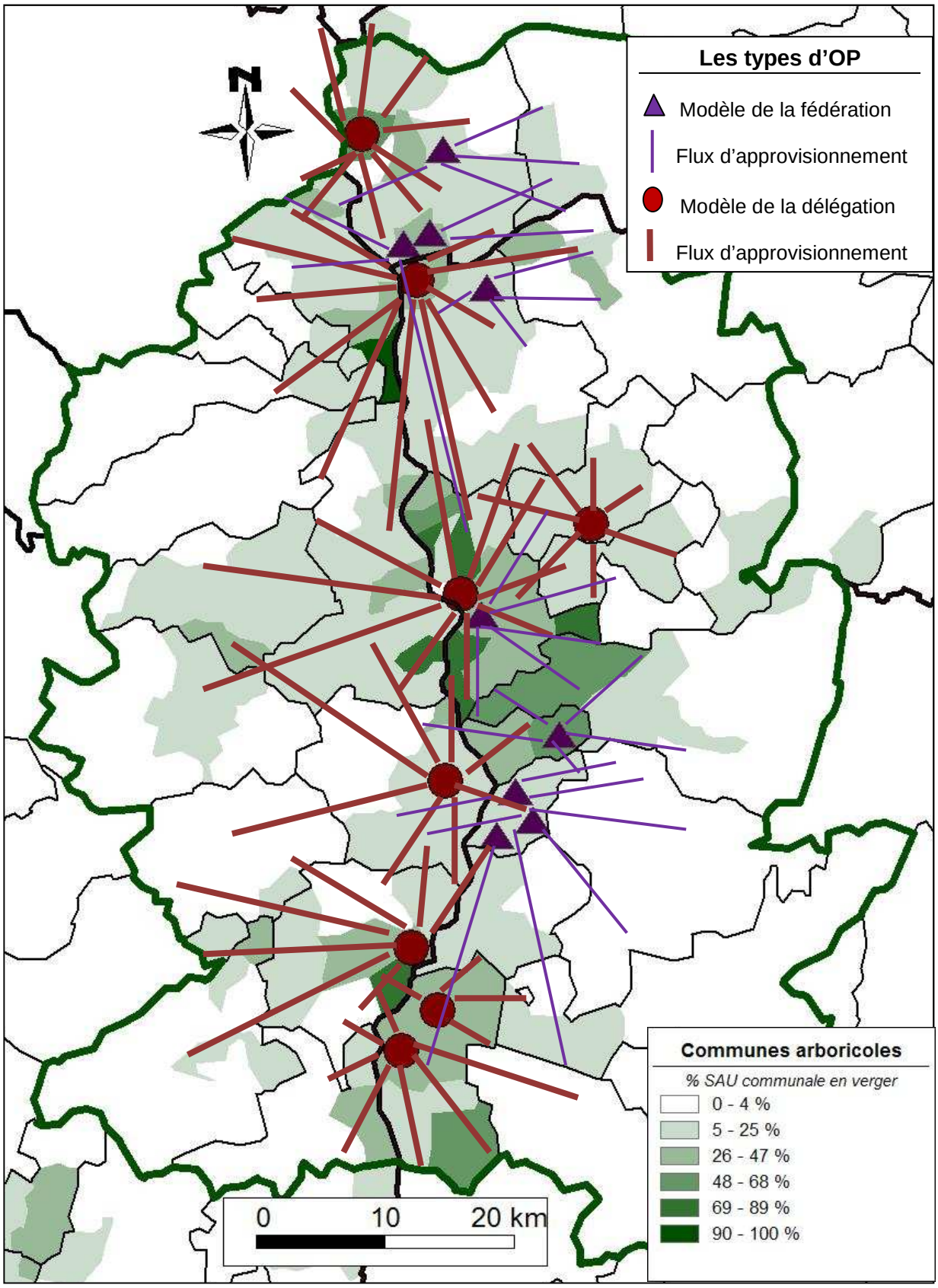
Opérateurs		Flux	
	Exploitation agricole		Livraisons de fruits
	OP type délégation		Fruits et informations sur les attentes du marché
	OP type fédération		Livraisons des lots commandés
	Union commerciale		Information sur les volumes et qualités disponibles / demandés
	Acheteurs marchés d'expédition		Accords commerciaux

Réalisation C. Praly

Cette structuration en deux niveaux peut ainsi se lire de manière ascendante et descendante, selon la nature du flux que l'on analyse. De manière ascendante, on peut dire que les fruits produits dans les vergers transitent vers les stations d'expédition de l'axe rhodanien, puis virtuellement, ils transitent de celles-ci vers les unions commerciales, d'où ils sont vendus à des clients situés dans toute la France et en Europe du Nord. Ils sont alors physiquement expédiés, empruntant par camions entiers l'autoroute A7 en direction du Nord. De manière descendante, les informations et exigences commerciales reçues par les commerciaux des unions commerciales ou des expéditeurs du modèle de la fédération sont transmises jusqu'aux producteurs, de manière plus ou moins médiatisées et coercitives. Les expéditeurs et leurs producteurs du modèle de la fédération s'adaptent à ces exigences de manière collective et transparente : les producteurs sont clairement informés des attentes du marché et y répondent d'autant plus volontairement. En revanche, les coopératives et expéditeurs du modèle de la délégation imposent un cahier des charges à la production qui, du même coup, joue davantage un rôle d'écran entre les producteurs et les informations provenant du marché qu'un rôle de médiation. Ne comprenant pas, ou mal, la justification de ces exigences, les producteurs du modèle de la délégation ont du mal à les accepter.

Ainsi la double structuration de la première mise en marché dessine un maillage géographique de l'approvisionnement des opérateurs de l'expédition de la Moyenne Vallée du Rhône. Les flux entre les producteurs et ces opérateurs dépendent davantage de leurs localisations respectives que d'autres considérations (il n'y a pas, par exemple, de structuration de l'approvisionnement en fonction des espèces). Des aires d'influence peuvent être identifiées (Carte 9) pour chacun des expéditeurs. Les aires les plus importantes, tant en termes de surfaces que de nombre de producteurs concernés, sont celles correspondant à l'espace d'approvisionnement des OP coopératives (représentation cartographique par des traits plus épais) et, en second lieu, de leurs unions commerciales. Les exigences de l'aval reçues par un commercial de Fruit Union ont un impact plus important sur le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône que si elles passent par une OP libre.

Carte 9: Aire d'approvisionnement des OP, par type de fonctionnement (2006)



Sources : fond IGN, Statistiques RGA 2000, enquêtes PSDR, enquêtes personnelles. Réalisation C. Praly, 2009.

c) Une ressource organisationnelle pour l'expédition

Le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône est donc structuré pour et par l'expédition. Pour l'expédition puisque les marchés d'expédition constituent le principal débouché des fruits issus des différents types de premiers metteurs en marché. Par marché d'expédition, nous entendons les marchés de commercialisation nationaux et européens, destinés à la grande consommation, pilotés d'abord par la grande distribution et ses centrales d'achat, puis par les grossistes. Ces marchés exigent des opérateurs de la première mise en marché de pouvoir fournir une gamme de fruits dans la durée, une qualité standardisée répondant non seulement aux normes européennes, mais de plus en plus à des référentiels privés imposés par ces opérateurs de l'aval.

En corollaire, le bassin est structuré par l'expédition. En effet, pour répondre à la demande des marchés d'expédition, les différents types d'expéditeurs (coopératives, producteurs-expéditeurs et expéditeurs privés) sont organisés de manière à rassembler la diversité de la production locale pour constituer des lots homogènes de gros volumes tout en mutualisant leurs charges de commercialisation. Ils transmettent également à la production les exigences de normalisation et de certification de ces marchés.

Le maillage issu de cette organisation stratégique couvre l'ensemble de l'espace productif de la Moyenne Vallée du Rhône, qui approvisionne les différents expéditeurs. Il y a là un fonctionnement systémique, reliant entre elles les exploitations situées dans les différents espaces productifs, puisqu'elles participent à l'élaboration d'une même offre, organisée par les opérateurs d'expédition. Ainsi, le fonctionnement de ce bassin de production repose sur la capacité des expéditeurs à intégrer et combiner la diversité de la production fruitière locale en une offre de volumes homogènes correspondant aux attentes des circuits d'expédition. C'est cette logique qui détermine son fonctionnement actuel et qui révèle la cohérence organisationnelle existante à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône.

Le fonctionnement du bassin de production repose sur une ressource organisationnelle structurante, impliquant une diversité d'opérateurs mais sous-tendue par la même logique stratégique de l'expédition. En effet, si les stratégies déployées par les différents expéditeurs peuvent varier, si leurs liens avec les producteurs sont organisés de diverses manières, ils visent cependant tous à valoriser la diversité de la production locale sur les marchés d'expédition. De même, c'est ce même objectif de commercialisation qu'accompagne le système d'encadrement de la Moyenne Vallée du Rhône. Nous pouvons ainsi dire qu'il y a un même modèle productif qui sous-tend le fonctionnement des différents opérateurs de la Moyenne Vallée du Rhône : celui de la production pour l'expédition. C'est parce qu'il existe cette vision commune du marché, des exigences commerciales à assurer, de la qualité normative et par conséquent des objectifs productifs à atteindre qu'il y a une ressource organisationnelle au sein du bassin. Sans cela, la diversité des expéditeurs et des producteurs, de leurs modes d'organisations formelles et informelles, ne permettraient pas de faire système.

Le bassin de production arboricole décrit dans ses dimensions organisationnelle et institutionnelle permet de justifier et de délimiter notre champ d'investigation. Il sera celui de l'espace productif couvert par les vergers, dont les frontières sont floues et qui ne sont pas adossées à des limites administratives.

Ce bassin apparaît comme un espace sans identité propre, à cheval sur plusieurs territoires administratifs et ne correspondant pas à une entité territoriale reconnue, excepté pour les institutions de la filière fruits. La lecture multi-scalaire des liens entre l'arboriculture et ses territoires révèle une diversité d'espaces productifs. Il en résulte une diversité de productions fruitières en termes d'espèces, de variétés, de périodes de maturité et de systèmes de production. Et c'est en assemblant cette diversité en lots répondant aux exigences de la grande distribution et de l'export (gamme, homogénéité, normes, prix bas), que les opérateurs de la première mise en marché assurent la commercialisation des fruits de la Moyenne Vallée du Rhône. Ainsi, le fonctionnement de ce bassin de production repose sur sa capacité à intégrer et combiner la diversité locale en une offre de volumes correspondant aux attentes des marchés d'expédition.

Cela dessine un système spatial structuré par les stations d'expédition dans lequel les différents espaces arboricoles sont interdépendants les uns des autres puisqu'ils participent à la constitution de la même offre globale. Cette organisation est sous-tendue par et pour l'expédition, qui apparaît être le modèle productif structurant. Par ailleurs, ce bassin de production est inséré dans des réseaux économiques nationaux et internationaux, et encadré par une diversité d'organismes agricoles, para-agricoles et publics qui interviennent à diverses échelles, de la plus locale à l'échelle européenne. Cette organisation, décrite en 2006, est le résultat d'une longue histoire.

Chapitre 2 : La construction du bassin de production pour l'expédition

La Moyenne Vallée du Rhône constitue l'un des plus anciens bassins de production de fruits français, dont les premières cultures commerciales se développent dès la fin du 19ème siècle. Nous allons voir comment se sont construits la ressource organisationnelle et le modèle productif qui sous-tendent le fonctionnement actuel de production pour l'expédition. Cela permet de préciser la dimension historique des interrelations entre ce bassin et ses territoires.

A partir de sources bibliographiques confortées par des enquêtes personnelles[108], on peut distinguer trois grandes périodes dans l'histoire du développement de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. La première commence avec les toutes premières plantations et correspond à un mouvement d'émergence localisé, porté par quelques acteurs leaders. La période qui suit la Seconde Guerre mondiale est une période d'institutionnalisation, qui se traduit par l'expansion de l'arboriculture et du modèle productif de la production pour l'expédition. La fin des années 1980 constitue le dernier tournant, inaugurant une période de délocalisation de la production fruitière vers les espaces méridionaux. Chacune de ces périodes est liée à un contexte politique et économique global particulier, auquel les acteurs locaux sont plus ou moins capables de s'adapter. Retracer et comprendre l'histoire du développement de ce bassin de production exige donc une double lecture de chaque période : à la fois des contingences globales et de la manière dont elles interfèrent avec la dynamique de la Moyenne Vallée du Rhône.

[108] Plus précisément, un mémoire de master 1 'Etudes Rurales' réalisé par Pierre Caritey a approfondi l'histoire de l'arboriculture dans la vallée de l'Eyrieux. Nous avons également donné une conférence sur l'histoire de l'arboriculture dans la vallée de la Valloire, lors d'une soirée organisée par la communauté de communes Rhône-Valloire, en 2008. Ce fût l'occasion d'échanger avec les habitants, venus nombreux à cette soirée.

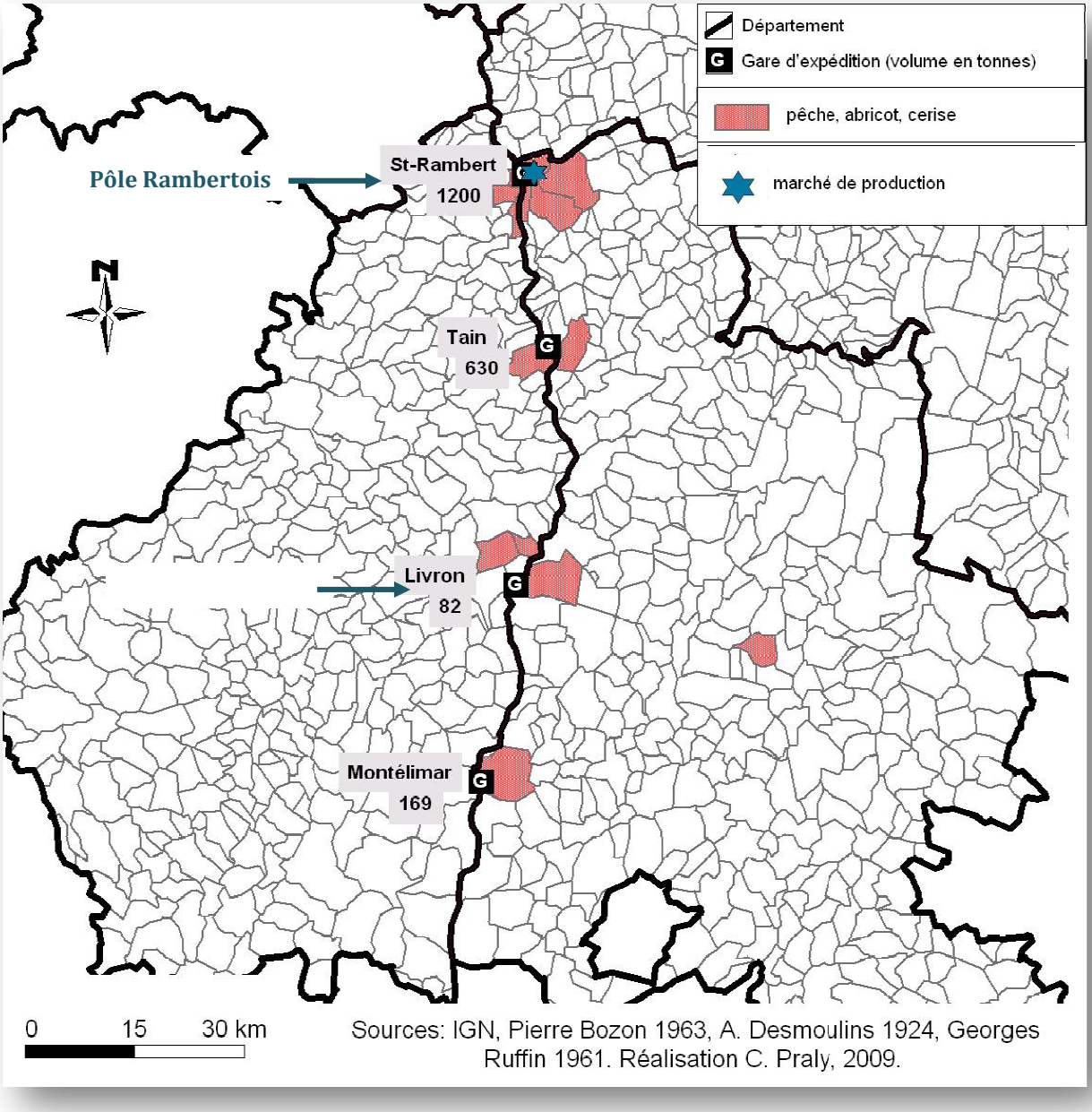
I. Emergences locales de production fruitière pour l'expédition (1900-1950)

La culture d'arbres fruitiers est citée dès le XVIIème siècle dans la Moyenne Vallée du Rhône, comme complément d'un système agricole dont la production dominante était les céréales (pour la fabrication du pain), la vigne sur les coteaux (pour l'auto-consommation et la vente des excédents aux débits de boisson), ainsi que la sériciculture dans la partie méridionale (Faucher, 1927). Tous les domaines avaient quelques arbres fruitiers dispersés dans les vignes, sur les coteaux, les talus en bordure de champs. Mais ces productions n'avaient quasiment pas de rapport économique, elles étaient essentiellement vouées à l'autoconsommation. Voyons comment, en quelques décennies, se développe une véritable « arboriculture » commerciale.

1. L'émergence : des dynamiques d'acteurs fondées sur des savoir-faire spécifiques localisés

Les cultures fruitières à vocation commerciale apparaissent durant la deuxième moitié du XIXème siècle (Caritey, 2007; Desmoulins, 1925), de manière concomitante en deux espaces distincts, la vallée de l'Eyrieux dans l'Ardèche, et l'aval de la vallée de la Valloire dans la Drôme, autour de Saint-Rambert-d'Albon (Carte 10). Ces deux espaces constituent rapidement deux « pôles » productifs, sans lien apparent entre eux, sinon commerciaux, et développant des techniques de production différentes.

Carte 10: Communes de production fruitière, gares et marchés dans la Moyenne Vallée du Rhône en 1900



a) Le « pôle rambertois » ou l'art de l'arboriculture sèche diversifiée

Le pôle rambertois émerge le premier entre 1840 et 1900, puis s'étend entre 1900 et 1939, développant l'art de l'arboriculture sèche diversifiée sur toute la moitié nord de la Moyenne Vallée du Rhône.

La première espèce est la cerise (Desmoulins, 1925), plantée dans la décennie 1840 à Saint-Rambert-d'Albon par André Revouy. L'idée lui serait venue de connaissances qu'il avait dans le verger de Vienne (38). L'anecdote rapportée par A. Desmoulins raconte que son initiative fut d'abord moquée, on lui donna le sobriquet de « baron de la cerisette ». Puis, devant le succès commercial, il fut rapidement imité. Avant la construction de la voie ferrée entre Lyon et Valence, en 1855, les cerises étaient vendues à Lyon, transportées par bateaux embarquées

sur le quai de Serrières (07). Elles étaient également acheminées jusqu'à Saint-Etienne par voitures hippomobiles par la compagnie des « rouliers » de Saint-Rambert.

Hormis les espèces locales de pêches de vigne tardives, les premiers pêchers à vocation commerciale ont été plantés dans les communes de Saint-Rambert et de Saint-Désirat (07), autour de 1880. Très tôt Saint-Rambert et sa gare ont été un lieu de commercialisation et d'expédition. En juillet 1881 partirent les premières expéditions pour le marché des Halles de Paris[109], mais la majeure partie de la production était encore destinée à Lyon et Saint-Etienne. Devant l'accroissement de la production locale de pêches le conseil municipal de Saint-Rambert créa le premier marché aux fruits de la Moyenne Vallée du Rhône en 1900, plus de trente ans après ceux du Comtat[110]. Les fruits étaient alors vendus aux marchands sur le marché puis expédiés depuis la gare.

L'arboriculture pratiquée alors est une culture sans irrigation, associée aux vignes, sur les coteaux et les terrains caillouteux peu favorables aux céréales (Photo 12). Dans sa thèse, le géographe Jacques Béthemont parle de « modèle rambertois », en opposition à la culture irriguée de l'Eyrieux (Bethemont, 1972). Ce modèle rambertois a une influence forte sur toute l'agriculture du Nord de Valence : on y plante des vergers dès 1910 à Châteauneuf-sur-Isère, à La-Roche-de-Glun, en imitant la culture développée à Saint-Rambert.

La période 1900-1939 correspond à l'expansion du modèle rambertois vers le sud de la Moyenne Vallée du Rhône. Ainsi, dès 1920 la synthèse sur l'agriculture drômoise de Amédée Desmoulins évoque le « *centre fruitier de Saint-Rambert* » comme premier pôle de production et de commercialisation de fruits de la Drôme et de l'Ardèche (Desmoulins, 1925). Il montre que la production est immédiatement diversifiée. En 1924, les communes situées autour de Saint-Rambert sont, pour la Drôme, les principales productrices de pêches, cerises, cassis, abricots, fraises, melons et poires (Tableau 10). Le cassis est une espèce exclusivement cultivée dans le pôle rambertois.

[109] A la faveur du gel qui avait détruit la production de pêches de Montreuil qui approvisionnait alors le marché parisien.

[110] Les premiers marchés de production de fruits et légumes du Comtat sont ceux de Barbentane et de Châteaurenard, créés en 1867 (Durbiano, 1997, p. 57).

Photo 12: Abricotiers co-plantés avec une vigne

Les abricotiers sont taillés très haut.
Scène d'arrachage d'un arbre mort, à la bêche. Le bois est récupéré pour le chauffage.

Cliché fourni par Alain Coustaury, Croze-Hermitage, daté d'environ 1964.

Photo 13: Abricotiers co-plantés avec des légumes (choux fourragers, cardons)

Cliché fourni par Alain Coustaury, Croze-Hermitage, daté d'environ 1964.

La pratique de l'arboriculture en association avec d'autres productions, développée au début du vingtième siècle, perdure jusque dans les années 1970.

Tableau 10: Espèces cultivées en 1924 dans le pôle fruitier rambertois

Espèce	Communes de production (ordre d'importance)	Marchés	Variétés	Volumes
Pêches	Saint-Rambert Andancette Andance Albon Epinouze Anneyron	Paris Lyon Saint-Etienne Genève Angleterre Belgique	Amsden Précoce de Halle Aribaud Incomparable Guilloux	
Cerises	Saint-Rambert Andancette		Bigarreau de Mai Bigarreau de Juin Bigarreau Jaboulay Reverchon	
Cassis	Anneyron Albon Saint-Rambert	Angleterre		40 t.
Abricots	Entre Tain-l'Hermitage et Saint-Rambert	Expédition dans mêmes ville que les pêches. Fabriques de pulpe locales à Nyons, Tain-l'Hermitage	Suchet Poman rosé Blanchet Poizat Paviot	
Fraises	Saint-Rambert après 1918	Saint-Etienne Lyon Genève Grenoble	Noble Moutot Sulpice	132 t.
Melons	Saint-Rambert Champagne (07)	Saint-Etienne Lyon		352 t.
Poires	158 ha plantés en 1929 à Saint-Sorlin et Moras-en-Valloire			

Source : A. Desmoulins, 1925

La commercialisation et l'expédition se structurent rapidement autour du marché et de la gare de Saint-Rambert. En 1924, le marché est le premier marché aux pêches de France avec 1 764t. de pêches vendues alors que, la même année, la production de pêches de toute la Drôme s'élève à 1200 t. Tous les expéditeurs du sud de la France y sont présents en saison, et il draine la production fruitière des communes voisines de la Drôme, de l'Ardèche (Saint-Désirat, Andance, Champagne et vallée de l'Eyrieux) et de l'Isère (Chanas, Sablons, Bougé-Chambalud). La gare de Saint-Rambert joue un rôle crucial dans l'expédition : les pêches sont expédiées pendant trois semaines, en juillet, remplissant sept à dix wagons par jour dont les destinations principales sont Lyon, Paris, l'Angleterre, la Belgique et la Suisse. En 1924, 1 564 t. de pêches ont été expédiées depuis la gare de Saint-Rambert, et 412 t. de cerises. Les besoins de conservation des fruits se font déjà sentir, et une première expérience de pré-

réfrigération est menée en 1924 à Saint-Rambert par la compagnie P.L.M.[111] et les Entrepôts Frigorifiques lyonnais.

Parallèlement au développement du pôle rambertois, un tout autre modèle arboricole émerge de manière aussi brutale et spectaculaire, celui de la vallée de l'Eyrieux.

b) Le pôle de l'Eyrieux ou l'art de la monoculture de pêche irriguée

A la fin du XIXème siècle, l'agriculture de la vallée de l'Eyrieux porte sur deux productions, la viticulture et la sériciculture. La double crise de la pébrine[112] et du phylloxéra provoque une reconversion selon une voie unique, portée par des acteurs locaux novateurs, la culture de la pêche[113]. Cette monoculture devient rapidement le « *miracle de l'Eyrieux* »[114], et la vallée de l'Eyrieux est érigée comme un modèle technique dans la production d'un fruit de luxe.

C'est entre 1880 et 1914 qu'émerge la monoculture fruitière dans la vallée de l'Eyrieux. La première plantation de pêchers intervient en 1882, à Saint-Laurent-du-Pape, à l'initiative de Jules Meyer qui expédiait déjà des raisins Chasselas, des primeurs et des cerises par diligence vers les marchés de Valence et de Lyon. Le terroir agroclimatique de l'Eyrieux apparaît rapidement très favorable à la production de pêches, grâce à la maîtrise des techniques de l'irrigation.

En effet, les sols d'arènes granitiques des coteaux ou les graviers des bords de rivière, ensoleillés par un climat méditerranéen, font de la petite vallée abritée du vent qu'est l'Eyrieux un terroir agronomique propice aux besoins des pêchers, à condition de pouvoir les arroser. Il s'agit donc de maîtriser l'irrigation. Très tôt les gens de l'Eyrieux avaient appris à utiliser l'eau de la rivière et de ses affluents, utilisée notamment pour faire fonctionner les « moulinages »[115] comme à Saint-Sauveur-de-Montagut. L'irrigation des jardins, des cultures de primeurs et des arbres fruitiers est assurée par la construction de puits, de canaux gravitaires dans le fond de vallée, et assez rapidement par l'installation de moto-pompes pour faire remonter l'eau sur les coteaux (Bethemont, 1972).

Le réseau ferré, déployé à deux échelles, permet la commercialisation des fruits, donc l'expansion de la culture. Les fruits sont, comme à Saint-Rambert, expédiés vers les marchés de Lyon et de Paris par le train. Une première voie ferrée dessert l'ensemble de la vallée de l'Eyrieux, reliant Dunières en Haute-Loire, à La-Voulte-sur-Rhône, et s'arrêtant dans chaque village. Elle transporte aussi bien les voyageurs que les marchandises, primeurs et fruits. Ce réseau départemental est raccordé à la ligne nationale du P.L.M., qui dispose d'une gare à Beauchastel. Un service de regroupement assure le transbordement des colis de fruits descendus de la vallée, entre La-Voulte et Beauchastel. Ainsi, si les producteurs de l'aval de la vallée apportent directement leurs fruits à Beauchastel, ceux de l'amont utilisent le réseau départemental.

La production plafonne néanmoins à moins de 1000 tonnes par an jusqu'à la fin des années 1920. La culture du pêcher demeure une production d'appoint, les arbres sont dispersés ou mélangés, complantés avec des céréales ou des primeurs. Ils ne sont ni taillés, ni traités. La

[111] Paris-Lyon-Marseille : compagnie de trains qui dessert l'axe Sud-Est constitué par ces trois villes.

[112] Maladie qui affecte les vers à soie et qui détruisit l'économie fondée sur la sériciculture à cette période.

[113] Les sources de cette partie sont essentiellement issues du travail de recherche et d'analyse réalisé par Pierre Caritey, pour son mémoire de Master 1 Etudes Rurales (Caritey, 2007), en lien avec notre propre recherche de thèse.

[114] Formule reprise d'un article de René Miquel, (Miquel, 1955).

[115] Usine destinée à dévider les cocons de soie et confectionner les écheveaux du fil de soie. Ce type d'industrie, fonctionnant à l'énergie hydraulique, était particulièrement présent dans l'Ardèche cévenole, pays de la sériciculture et de torrents.

mise au point de techniques culturales originales, par quelques acteurs locaux, va ériger la vallée de l'Eyrieux en modèle d'innovation.

Entre 1930 et 1960 s'affirme le modèle fruitier de l'Eyrieux. En effet, les techniques de production et de commercialisation mises au point par les arboriculteurs locaux améliorent les résultats de la production locale et confèrent à la pêche de l'Eyrieux une réputation d'excellence à l'échelle nationale. Un acteur notamment, Silas Faugier[116] développe une approche raisonnée et rationalisée de la culture du pêcher. Il préconise la diminution du nombre de branches charpentières, jusqu'à l'élaboration du modèle de taille en Y. Ainsi, le volume occupé par un arbre est moindre, ce qui l'incite à augmenter la densité de plantation, donc à l'organiser. Il plante les vergers en lignes ce qui permet d'élever la moyenne qui était de 400 arbres par hectare à 1800 arbres. Il développe enfin une méthode d'éclaircissage au sécateur, ou taille en vert.

Ces progrès ont lieu dans un climat d'émulation locale, soutenu par les services agricoles. La profession se structure : les producteurs de fruits s'organisent en syndicats locaux, puis en Fédération des Syndicats de Producteurs de Fruits de l'Ardèche. Des délégations d'autres régions fruitières[117] viennent visiter les vergers et s'informer des techniques culturales. Arboriculteurs et politiques de l'Eyrieux organisent rapidement des évènements autour de la pêche. Faisant ainsi de leur vallée une vitrine, ils se construisent une notoriété commerciale favorable[118]. Des expositions fruitières sont organisées à La-Voulte-sur-Rhône en 1908, puis en 1933 par la Fédération des Syndicats de Producteurs de Fruits de l'Ardèche, avec le concours de la Chambre d'Agriculture de l'Ardèche, de l'Office agricole de l'Ardèche, de l'Office agricole régional du Midi et placée sous le haut-patronage du Ministre de l'Agriculture et du Préfet de l'Ardèche. Les techniques culturales sont montrées, des matériels (tracteurs, pulvérisateurs, calibreuses, engrais, etc.) sont exposés, des pépiniéristes présentent les nouvelles variétés. L'évènement est couvert par la presse nationale. Une autre exposition est organisée en 1924 à Saint-Fortunat, où une moto-pompe pour l'irrigation constitue la nouveauté. Un concours d'exploitations fruitières est créé en 1936 par le Syndicat des Producteurs de Fruits de l'Ardèche. Le but était d'encourager la diffusion des techniques culturales développées dans la vallée de l'Eyrieux à tout le département, en primant chaque année les plus belles plantations d'un secteur géographique. Dernier élément montrant le rayonnement national de l'Eyrieux : le congrès national de la Mutualité et de la Coopération Agricole de 1937 se tient à Vals-les-Bains, et la journée d'étude est consacrée aux vergers de l'Eyrieux.

Ces progrès techniques, l'accroissement de l'irrigation grâce à l'électricité, ainsi que le succès commercial des pêches de l'Eyrieux, entraînent une réelle explosion de la production. La culture s'étend sur les coteaux abrupts, aménagés en terrasses, sur les plateaux et jusque dans la haute vallée (parfois au-delà de 500 m d'altitude). Dans les années 1930, les vergers couvrent 300 ha sur les 50 km de la vallée de l'Eyrieux. Des postes d'irrigation à basse tension remontent l'eau à 360 m au-dessus de la rivière. Des techniques d'aspersion par tourniquets et par tuyaux percés de trous sont développées à la fin de la décennie. Les

[116] Silas Faugier est communément reconnu comme l'acteur clef de l'arboriculture dans l'Eyrieux. Arboriculteur à Saint-Laurent-du-Pape, membre de la secte protestante des darbystes, il appréhende son verger par une observation minutieuse du comportement des arbres, qu'il enrichit de voyages dans les vergers de Hyères et de Saint-Rambert-d'Albon. Il est décoré du titre de Commandeur du Mérite agricole en 1937.

[117] En 1925 par exemple, une excursion est organisée par le Conseil Général des Alpes-Maritimes.

[118] Le directeur des services agricoles de Privas déclare, lors de la visite du Conseil Général des Alpes-Maritimes en 1925 : « *La France entière connaîtra bientôt la vallée de l'Eyrieux… Loin de gêner la production ardéchoise, ces visites font sûrement rayonner le prestige de notre Ecole Fruitière, attirent des sympathies à nos populations et contribuent à leur recruter de nouveaux clients.* » (Ginet, 1937, p.137).

volumes de production sont démultipliés. Sur l'ensemble du département de l'Ardèche, la production passe de 800 t. environ en 1920, à 6 800 t. en 1929, et à plus de 8 000 t. en 1935, alors que l'Eyrieux produit à elle seule 3 419 t. en 1931 et 7 623 t. en 1935[119]. Les prix encouragent cette évolution[120]. Cette culture demeure néanmoins très fortement rémunératrice, ce qui explique sa très grande expansion. Ce succès est la conséquence d'une stratégie commerciale efficace : les pêches de l'Eyrieux sont travaillées comme des produits de luxe, et vendues sur les meilleurs marchés parisiens (Tableau 11).

Tableau 11: Destination des pêches de Saint-Laurent-du-Pape en 1932

Villes d'expédition	Part dans l'expédition
Paris	80%
Lyon (dont une partie vers la Suisse)	10%
Saint-Etienne	5%
Marseille	3%
Villes d'eaux : Vichy, Aix-les-Bains, Evian, Biarritz, Vals	1,5%
Marché local pour les fruits trop mûrs	0,5%

Source : P. GOURDOL, P.65

Ramassées mûres par les hommes[121], les pêches sont immédiatement emballées avec soin par les femmes, sur place, dans les cabanons construits en bord de parcelle. Elles sont placées dans des cagettes remplies de fibres de bois ou de ouate, pour les protéger des chocs. Ces fibres sont parfois teintes en bleu, pour mettre en valeur la coloration du fruit. Les pêches sont triées par calibre et par couleur, pour confectionner des cagettes homogènes. Les plus beaux fruits peuvent aussi être encapuchonnés dans une « *collerette dentelée en papier* » (Fougeirol, 1937, p.177). Un système de commercialisation performant permet de valoriser ces produits fragiles. Via le train, les producteurs de l'Eyrieux expédient leurs fruits à un réseau de commissionnaires parisiens, qui assurent les ventes aux détaillants et restaurants, essentiellement sur le marché haut de gamme des Halles. Quelques lots sont ensuite transportés jusque dans le nord de la France, ou exportés à Londres ou en Belgique, mais le marché export est encore limité dans les années 1930. Sans pré-réfrigération, les pêches ne peuvent pas supporter un voyage de plus de 24 heures.

Ainsi, dans deux pôles distincts de la Moyenne Vallée du Rhône, se construisent simultanément deux centres fruitiers d'ampleur nationale et pourtant bien différents entre eux. Le pôle rambertois se caractérise par une production diversifiée cultivée en sec, commercialisée régionalement et nationalement par des outils commerciaux locaux (le marché, la gare). La dynamique du pôle de l'Eyrieux est autre, caractérisée par une technicité très pointue (en production, irrigation, conditionnement) spécialisée en une production unique et haut de gamme, la pêche, expédiée sur le marché parisien. Des savoir-faire de production et de commercialisation spécifiques et variés, adaptés à la diversité des conditions pédoclimatiques de la Moyenne Vallée du Rhône sont alors élaborés. Les débouchés commerciaux mis en place et la présence d'infrastructures de transport jouent un rôle déterminant. L'arboriculture est d'emblée une culture pour l'expédition. La vente directe est

[119] Ginet, 1937, p.128.

[120] Le prix moyen du quintal de pêche passe de 120 francs en 1920 à 300 francs en 1929 et redescend à 200 francs en 1935, en francs constants (J. Ginet, 1937, p. 128).

[121] P. Caritey rapporte avec précision tout le soin qui était porté au travail de récolte par les hommes, la justesse du choix du fruit à bonne maturité, et du geste pour le détacher sans l'abîmer (Caritey, 2007).

quasi inexistante (Tableau 11), car les fruits demeurent un produit de luxe, vendus sur les marchés urbains. Seules quelques fabriques de pulpe d'abricot situées à Tain-l'Hermitage constituent un débouché local. L'expansion de la production fruitière fait bientôt se rencontrer les deux modèles productifs.

2. L'expansion de la « culture fruitière » de la Moyenne Vallée du Rhône

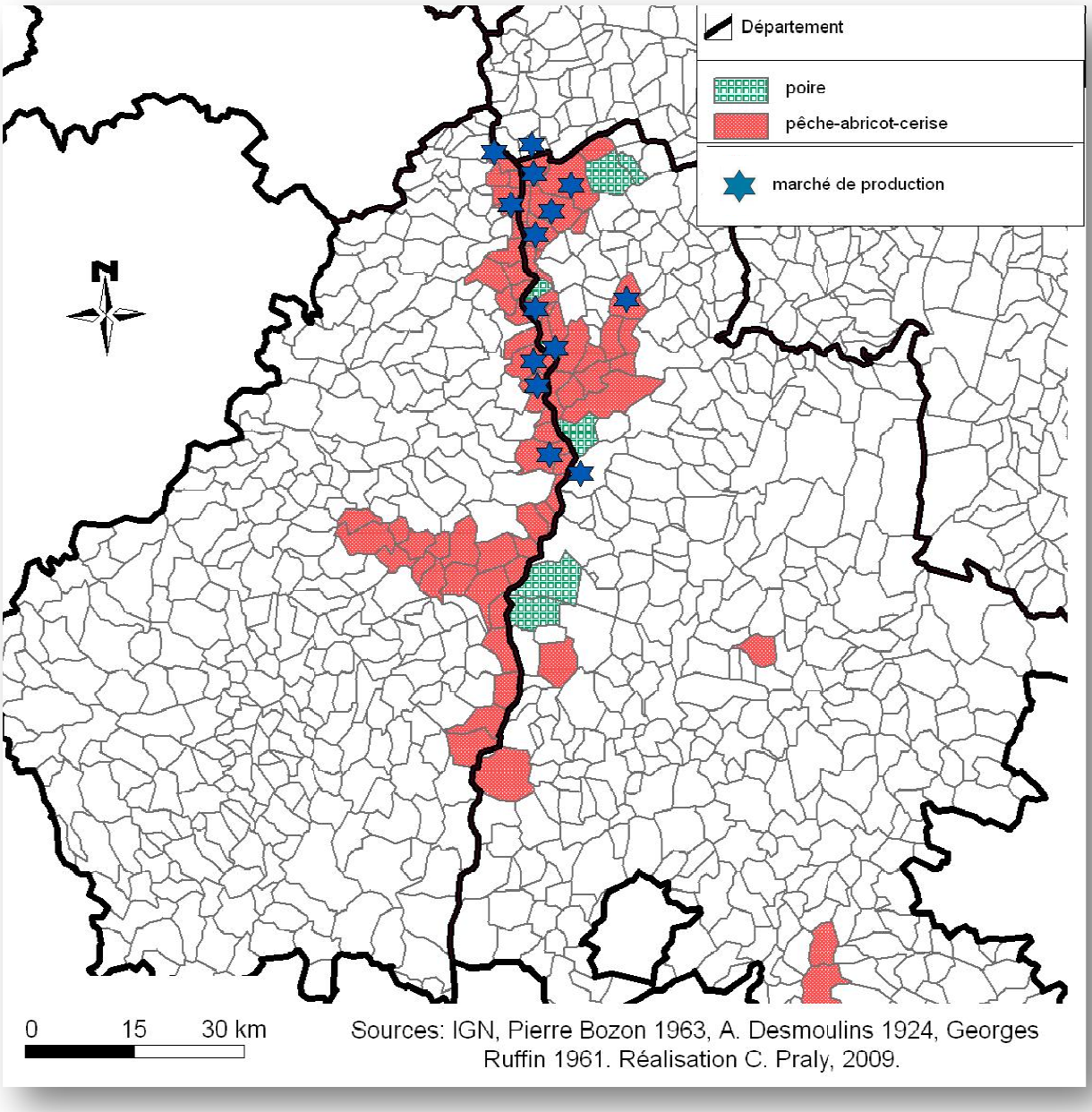
Une expansion aussi rapide d'une nouvelle culture dans l'ensemble de la Moyenne Vallée du Rhône entraîne de nombreux changements. Comment se passe la rencontre entre les deux modèles ? Quelles en sont les conséquences pour la production fruitière et pour l'espace concerné ? Ces évolutions concernent d'abord la production fruitière elle-même et les métiers qui y sont associés, puis plus globalement la vie économique et sociale locale.

a) L'expansion de l'activité de production-expédition fruitière

Dès les débuts, quelques liens commerciaux existent entre les deux pôles fruitiers : entre 1892 et 1900, la majorité des pêches de l'Eyrieux est commercialisée sur le marché aux fruits de Saint-Rambert (Desmoulins, 1925). Entre 1920 et les débuts de la Seconde Guerre mondiale, l'activité de production et de commercialisation du pôle rambertois s'étend sur toute la partie nord de la Moyenne Vallée du Rhône, au-delà de Valence. En 1925, il existe en effet des marchés aux fruits dans les communes de Beaussemblant, Albon, Anneyron, Erôme, Tain-l'Hermitage, Valence, Serrières, Saint-Désirat, Mauves, Tournon, Saint-Peray et Chanas (Carte 11). Celui de Champagne est créé en 1931. En parallèle, les arboriculteurs de l'Eyrieux quittent leur vallée trop étriquée[122] et plantent des vergers sur les terrains alluvionnaires dans la vallée du Rhône, au niveau de Loriol, Livron et dans la plaine de Valence. La monoculture de pêche irriguée rencontre la production diversifiée en sec, et les savoirs se mélangent pour s'adapter à la diversité des agro-terroirs, et des marchés. Les grands travaux d'aménagement et d'irrigation de la vallée du Rhône contribuent au lent développement de l'irrigation, difficilement intégrée par les producteurs qui ne maîtrisent pas son usage. Les producteurs du pôle rambertois sont d'ailleurs les premiers à adapter les techniques déjà utilisées dans l'Eyrieux. Le premier puits creusé à Saint-Rambert date de 1938, mais la guerre éclate, et l'irrigation ne se développe vraiment qu'à partir de 1945 (Bethemont, 1972).

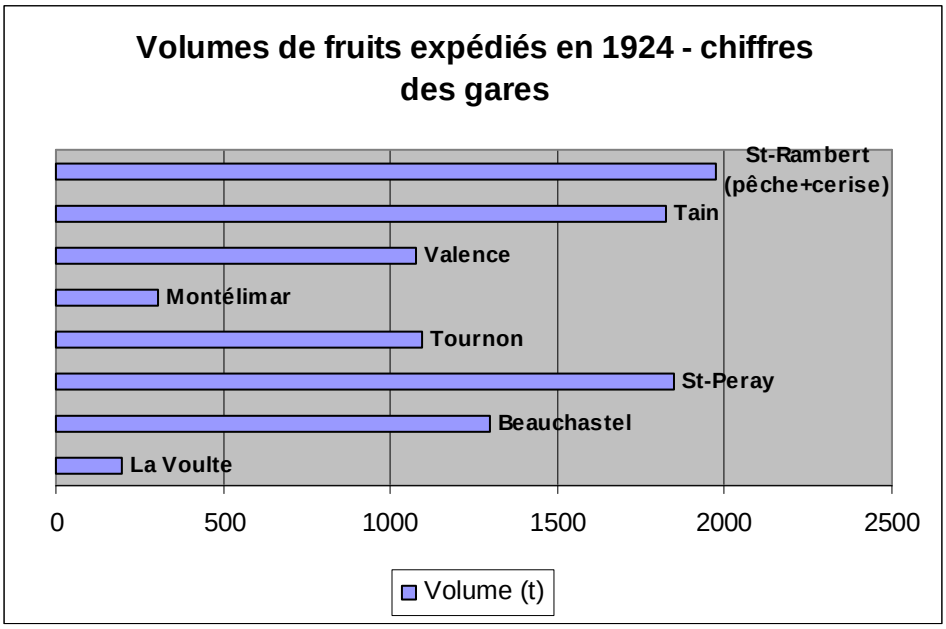
[122] Jacques Béthemont a décrit ce processus migratoire selon deux cas de figure. Dans le premier, ce sont des petits producteurs propriétaires qui rachetaient des parcelles dans la vallée du Rhône, notamment pour installer un fils. Dans le second ce sont des arboriculteurs non propriétaire qui, grâce à leur savoir-faire, prenaient un métayage dans la vallée, et dont les hauts revenus de la production fruitière leur permettaient ensuite d'acheter une propriété. (Bethemont, 1972).

Carte 11: Communes de production fruitière et marchés dans la Moyenne Vallée du Rhône en 1930



Si Saint-Rambert et l'Eyrieux demeurent les centres principaux, de nouveaux centres de production-expédition s'autonomisent. La vallée de la Valloire en est un exemple. L'arboriculture y prend un essor tellement important, qu'Epinouze devient un second « centre fruitier » (Rufin, 1961). De fait, cette commune dispose d'une gare située sur la ligne Saint-Rambert-Rives (Grenoble) et très tôt une desserte est mise en place avec des délais garantis spécialement pour l'expédition des fruits. Cette gare stimule le développement d'un nouveau quartier du village d'Epinouze, puis la Coopérative des Producteurs de Fruits et Légumes d'Epinouze s'y implante en 1947 avec raccordement direct à la voie ferrée. De même, Tain-l'Hermitage devient un centre avec une gare d'expédition, plutôt spécialisé dans la production d'abricots. De nombreuses gares de la vallée développent également une fonction d'expédition (Figure 14).

Figure 14: Volumes de fruits expédiés dans les gares en 1924



Source: Desmoulins, 1925

La concomitance entre l'expansion des vergers, des marchés de production, puis des gares d'expédition montre que production et commercialisation sont deux aspects indissociables de l'arboriculture. La production et son système d'expédition s'étend donc sur les deux rives du Rhône (une voie ferrée sur chacune), formant déjà les limites de l'extension nord-sud du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône, à cheval sur la Drôme et sur l'Ardèche (Carte 11). Cette production fruitière émergente entraîne le développement d'activités associées.

b) Professionnalisation des métiers associés

La culture des arbres fruitiers requiert peu à peu des équipements spécialisés, tracteurs, motoculteurs, pulvérisateurs. L'arboriculture commerciale étant juste naissante en France, la plupart de ces outils sont à créer et des fabriques, parfois très novatrices, voient le jour dans la Moyenne Vallée du Rhône.

La monographie régionale du géographe Pierre Bozon sur l'Ardèche donne quelques chiffres montrant le haut niveau d'équipement des arboriculteurs de l'Eyrieux. Dès 1950, la plupart disposent d'un tracteur ou d'un motoculteur, ainsi que du matériel de pulvérisation d'engrais, alors que la taille des exploitations est encore très modeste : 80% d'entre elles étant comprise entre 2 et 5 ha (Bozon, 1961). La situation est comparable pour l'ensemble des exploitations fruitières.

Une usine de tracteurs est même créée à Saint-Rambert. Un mécanicien local, M. Sabatier met au point en 1929 un tracteur-outil de petite dimension spécialisé pour l'arboriculture et la viticulture, utilisant le mécanisme de relevage hydraulique (Rufin, 1961). La production s'élève à un tracteur par mois dans les années 1930, et passe à cinq à six tracteurs par semaine

après guerre. Rapidement concurrencé par les tracteurs de la marque Renault, l'établissement ferme ses portes dans la décennie 1970[123].

D'autres métiers associés se créent, comme une fabrique de cagettes en bois d'épicéa qui est ouverte à Saint-Laurent-du-Pape (Caritey, 2007). Ces cagettes sont utilisées pour l'expédition des pêches et autres fruits, parce que le bois d'épicéa a très peu d'odeur et n'altère pas leur parfum. Des établissements de transformation des fruits sont également mentionnés : une fabrique de pulpe d'abricot à Tain-l'Hermitage, de jus de fruits à Valence notamment (Rufin, 1961).

L'émergence de ces métiers liés à la production et aux fournitures forme ainsi un tissu productif local spécifique de la production fruitière. Ce développement entraîne avec lui l'économie et des modifications de la société locale.

c) Une culture – mode de vie : impacts de la révolution arboricole dans la vie économique et sociale

Georges Rufin, qui a réalisé son D.E.S. sur le thème de « *L'évolution des cultures fruitières dans la Drôme et ses incidences économiques et sociales* », montre que le développement si brutal de l'arboriculture a suscité une « *révolution* » économique et sociale qu'aucune autre activité productive n'avait, jusqu'à présent, égalée (Rufin, 1961). Les conséquences de cette révolution touchent à la fois aux équilibres sociaux, avec l'émergence d'un nouveau statut social pour les « arboriculteurs », ainsi qu'aux dynamiques territoriales. Avec l'arboriculture naît également un nouveau corps de métier, jouissant d'un statut social supérieur au cultivateur traditionnel, l'arboriculteur[124].

Le développement des productions fruitières a d'abord un fort impact sur le cadre de travail des producteurs, donc sur les structures d'exploitations. Cette culture à très haute valeur ajoutée et intensive en travail, menée seule ou souvent en complément d'autres productions, permet le dynamisme de nombreuses exploitations de taille petite à moyenne. Le cas le plus emblématique étant l'Eyrieux[125], dans la Drôme Georges Rufin conclut son analyse en affirmant que « *les culture fruitières ont été un facteur puissant de maintien de la petite exploitation*[126]*, mais aussi un facteur d'extension de ces petites exploitations et de survie des grands domaines préexistants.* »[127] (Rufin, 1961, p.82). Un phénomène de spécialisation s'observe en parallèle, analysé par Georges Rufin. Selon lui, ce sont surtout les grands domaines qui tendent à se spécialiser. Les petites exploitations (moins de 40 ha), en revanche, soit maintiennent une production diversifiée, par manque de capacité d'investissement ou par choix de sécurité, soit se spécialisent en fruits et alors s'agrandissent. Les modes de faire valoir dominants, qui étaient avant l'arrivée de l'arboriculture le faire-valoir direct et le métayage, sont maintenus avec une tendance au renforcement de la propriété grâce aux hauts revenus dégagés par les fruits (Rufin, 1961). La plus grande nouveauté est le développement du salariat dans les exploitations, qui embauchent saisonniers et personnel permanent pour assurer les travaux de taille et de récolte. Comme nous l'avons décrit pour le processus migratoire des gens de l'Eyrieux dans la vallée du Rhône, souvent les salariés agricoles,

[123] Entretien personnel avec la petite-fille de M. Sabatier, résidant à Anneyron.

[124] Nous ne savons pas exactement à quand remonte l'emploi du terme « arboriculteur », mais Georges Rufin l'utilise déjà en 1961.

[125] Où, nous le rappelons, Pierre Bozon évalue en 1950 que 80% des exploitations ont une superficie comprise entre 2 et 5ha (Bozon, 1961).

[126] En 1945 sur l'ensemble de la Drôme et toutes productions confondues, les domaines compris entre 10 et 40 ha occupent 48% de la SAU totale, tandis que ceux de plus de 40 ha en occupent 35% (Rufin, 1961, p.74).

[127] Il existe quelques grands domaines d'origine paysanne et il recense à cette époque trois grands domaines capitalistes.

détenant un savoir précieux en production fruitière, peuvent par la suite accéder à de petites propriétés qu'ils savent rapidement mettre en valeur.

Les hauts revenus dégagés par la production fruitière participent également d'une amélioration rapide du mode de vie des familles des arboriculteurs (Rufin, 1961). Après la mécanisation des exploitations, c'est l'habitat qui est équipé, visant un confort proche de celui des villes. Cela commence par l'intérieur : installation du chauffage central, d'une cuisine ou d'une salle de bains, achats de meubles de salon, etc. On observe ensuite un embellissement des maisons, rénovation des façades, fleurissement. L'automobile est également un signe d'aisance courant chez les arboriculteurs. Dans l'Eyrieux, Pierre Bozon cite que « *camionnette et auto de tourisme sont d'usage courant* » dès les années 1950 (1961, p.496). Enfin, le mode de vie se rapproche de celui de la ville, par l'écoute de la radio et de la télévision, par les déplacements fréquents sur les marchés, les relations avec les clients, et pour le tourisme, permis par la voiture.

Ces changements se traduisent plus profondément encore sur les hommes de l'arboriculture, qui se distinguent peu à peu des autres paysans (Rufin, 1961). La famille dispose de plus de temps libre et de moyens, les enfants font davantage d'études. L'arboriculteur est habitué à la recherche, à l'adaptation, voire à l'expérimentation de nouveautés techniques. Par ses activités commerciales, il est ouvert sur le monde (au moins l'échelle nationale) et à l'économie, habitué à négocier avec des personnes d'autres milieux que le sien. Finalement, un nouveau corps de métier se forme, celui d'arboriculteur, dont le statut social est supérieur à celui de cultivateur ou d'éleveur.

La production fruitière est donc non seulement un nouveau corps de métier, mais aussi un vecteur d'ascension sociale, comme ce fut le cas des productions primeurs dans le Comtat (Durbiano, 1997).

Les effets de l'arboriculture se traduisent également sur le territoire, à la fois par l'impulsion d'une dynamique locale et par ses impacts sur l'aménagement du territoire.

Les territoires concernés par la production fruitière bénéficient d'une vigueur nouvelle. La haute rentabilité permise par la culture, la forte demande en main d'œuvre sur de faibles surfaces stimulent la démographie. Des territoires qui auparavant étaient touchés par l'exode rural, comme l'Eyrieux, deviennent attractifs pour les populations des montagnes voisines. A l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône, traditionnellement espace de migrations et d'attractivité pour les populations des piémonts alentours (Préalpes à l'Est, Cévennes et Vivarais à l'Ouest), Jacques Béthemont décrit un phénomène d'amplification et de fixation, de concentration de la population agricole dans les espaces fruitiers. Ainsi, les habitants du Vivarais descendus pour les travaux saisonniers dans les vergers de la vallée du Rhône s'y établissent peu à peu. Puis le piémont du Vivarais, lui-même gagné par les productions fruitières (développées grâce au savoir des gens ayant travaillé dans la vallée), devient à son tour lieu d'attractivité pour les populations des hauts plateaux. « *Les vergers des parties privilégiées permettent une densité rurale de plus de 100 hab./km²* » (Rufin, 1961, p.92). L'économie locale est ainsi globalement stimulée, par le développement des métiers liés à l'arboriculture et de la consommation par une population en croissance disposant de plus de moyens. Les collectivités locales voient par conséquent leurs ressources augmenter, notamment grâce à la majoration de l'impôt sur le foncier[128]. En 1959, il s'élève en effet à 8640 francs sur les vergers arrosés pour seulement 1440 francs pour les terres en polyculture, soit un rapport de un à sept (Rufin, 1961).

[128] Il était alors réparti entre les communes et le département, dans un rapport variant entre 40/60% et 50/50% (Rufin, 1961).

Ainsi, les équilibres territoriaux établis auparavant se modifient, redessinés au gré des espaces de production fruitière. De nouveaux centres émergent : « *La spéculation fruitière revitalise du dedans les collectivités locales drômoises, département et surtout communes. De vrais foyers de progrès, limités malheureusement aux zones fruitières, peuvent s'affirmer, forts de leur relative autonomie financière.* » (Rufin, 1961, p.95). C'est le cas de la vallée de l'Eyrieux, de Saint-Rambert-d'Albon, de Châteauneuf-sur-Isère et des communes de la plaine de Valence. Le renversement de situation est d'autant plus marquant que la production fruitière, en particulier les pêches, se développe sur des terrains perméables, drainants, caillouteux ; autrement dits, pauvres et presque incultes pour les productions céréalières traditionnelles du Rhône Moyen. Les espaces et les populations pauvres des marges du Rhône, considérés comme tels par ceux des espaces céréaliers du Dauphiné, deviennent, en quelques décennies, des lieux et des hommes de dynamisme et de richesse.

3. Un bassin de production arboricole

Ces évolutions, bien que décrites brièvement, montrent les différentes facettes de la construction d'un système socio-spatial accompagnant le développement de l'arboriculture fruitière. A l'aube de la Seconde Guerre mondiale, on peut déjà parler en Moyenne Vallée du Rhône d'un bassin de production de fruit destinés à l'expédition, via les marchés de production et le train.

Un nouveau métier est établi, celui d'arboriculteur, dont l'activité de production est indissociable de celle de commercialisation. Celle-ci s'opère encore majoritairement de manière individuelle, sur les marchés de production ou en lien direct avec des expéditeurs ou des commissionnaires. Elle reste fortement inféodée aux moyens de transports disponibles pour acheminer dans les meilleurs délais des fruits mûrs et fragiles sur les marchés urbains de Lyon, Saint-Etienne, Paris, puis des villes du Nord et de l'Est de la France. Une petite part est expédiée jusqu'en Angleterre ou en Belgique, mais fortement limitée par les temps de transport trop longs. De petites industries et des métiers liés aux besoins de cette activité se développent dans la Moyenne Vallée du Rhône, formant localement un tissu productif fruitier.

La dynamique fruitière est, à l'origine, essentiellement l'œuvre des arboriculteurs, dont quelques leaders particulièrement novateurs stimulent, par l'exemple, les dynamiques locales. L'encadrement est tout juste existant, mal assuré par les Chambres d'Agriculture et les Offices agricoles départementaux. Les syndicats de producteurs de fruits s'organisent localement, puis au niveau départemental, notamment pour diffuser les techniques par l'organisation d'expositions et de « journées fruitières ». Le marché est complètement libre, sans aucune règlementation. Si les pêches de l'Eyrieux sont conditionnées dans des cagettes particulières, ne recevant qu'un seul rang de fruits, l'usage le plus répandu est d'expédier les fruits en *mussy (*Photo 14, Photo 15*)*. Ce sont des cagettes en bois de forme ovale portant le nom de leur fabricant, et pouvant avoir plusieurs dimensions standards.

Les liens entre ce bassin fruitier et ses territoires sont nombreux, structurant la production et la commercialisation. Au niveau de la production, des savoir-faire spécifiques ont été décrits, des techniques de taille, d'associations culturales, de récolte, d'irrigation, de répartition des espèces selon les terroirs agronomiques. Des capacités locales d'innovation sont montrées, tant sur les soins aux arbres que sur l'obtention variétale[129]. Au niveau de la commercialisation, des savoir-faire sont également développés pour le conditionnement méticuleux des fruits, pour le développement de réseaux commerciaux, mais ce sont les

[129] A cette période, les pépiniéristes professionnels spécialisés sont encore rares, les arboriculteurs sachant eux-mêmes greffer les arbres. Nombre d'entre eux sont ainsi obtenteurs de variétés nouvelles, en s'essayant à des croisements.

infrastructures de transports qui jouent un rôle déterminant. La relative proximité des marchés urbains est très tôt mise en valeur par différents moyens de transport (voitures hippomobiles, bateaux, puis voies ferrées). A ce titre, on note déjà que le pôle rambertois, plus proche des agglomérations du nord de Rhône-Alpes, bénéficie d'un circuit de commercialisation plus précoce que l'Eyrieux. Le train estompe ensuite cette différence.

L'arboriculture inscrit sa marque dans les paysages, dans les infrastructures liées aux parcelles, terrasses, cabanes d'emballage et canaux d'irrigation de l'Eyrieux[130]. Elle imprime son dynamisme économique et social le long des rives du fleuve entre le canton de Roussillon au nord, et celui de Loriol au sud, et le long des vallées affluentes (Eyrieux, Doux, Cance dans le département de l'Ardèche ; Drôme, Isère, Herbasse, Valloire dans celui de la Drôme).

L'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône s'est développée à partir de deux pôles géographiques, la vallée de l'Eyrieux, en Ardèche, et le pays de Saint-Rambert-d'Albon, en aval de la vallée de la Valloire, dans la Drôme. Ces deux dynamiques, portées par des acteurs novateurs, sont au départ indépendantes l'une de l'autre sur les plans humains et techniques, puis rapidement reliées par les circuits commerciaux. Devant le succès commercial de cette production, et l'énergie déployée par les professionnels, l'arboriculture fruitière est une activité qui s'étend le long de la vallée. Le « pôle rambertois » rencontre finalement le « pôle de l'Eyrieux », et une véritable culture fruitière, au sens anthropologique du terme, s'établit dans la Moyenne Vallée du Rhône. En effet, le développement de l'arboriculture sur cet espace longtemps dédié à une polyculture céréalière ne constitue pas seulement une véritable révolution agricole : en apportant une production à très haute valeur ajoutée sur des terrains auparavant incultes, elle représente également un bouleversement social, dont les conséquences dans la société locale et dans les représentations sont encore présentes aujourd'hui. L'arboriculture constitue ainsi le moteur de la structuration d'un système socio-spatial particulier, le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône. Sous les vergers, de nouveaux espaces de richesse se dessinent, qui ne tardent pas à devenir des lieux d'organisation et de pouvoir.

[130] Voir les photos dans le chapitre 1.

Photo 14: Marché de production de Larnage, 1960

Arrivée des arboriculteurs sur le marché. Les véhiculent utilisés sont des automobiles et des « jardinières ». Les fruits sont conditionnés dans des mussy.

Cliché Raymond Coustaury, fourni par Alain Coustaury Larnage, daté d'environ 1960.

Photo 15: Mussy et cagette à pêche de la Vallée de l'Eyrieux

Les contenants arrondis sont les mussy. Ils pouvaient contenir plusieurs rangs de fruits. La cagette rectangulaire, est spécifique à la vallée de l'Eyrieux : elle ne contenait qu'un rang de pêches.

Cliché C. Praly, Saillans, 2006.

II. Structuration politico-administrative du bassin de production pour l'expédition (1950-1980)

L'après Seconde Guerre mondiale inaugure une seconde période pour le développement de l'arboriculture dans la Moyenne Vallée du Rhône. Le contexte global et local n'est plus celui du début du siècle, lorsque le cadre réglementaire et économique quasiment vierge donnait toute latitude aux initiatives locales. La production fruitière n'est plus balbutiante dans la Moyenne Vallée du Rhône, mais commence à connaître la pression concurrentielle entre tous les producteurs-vendeurs. En France et en Europe l'heure est à la reconstruction et la priorité est d'assurer l'indépendance alimentaire en construisant la Politique Agricole Commune (PAC).

Les arboriculteurs de la Moyenne Vallée du Rhône s'adaptent remarquablement à ce nouveau contexte qui insuffle un mouvement de structuration au bassin de production. Ils organisent l'outil de production en coopératives et Groupements de Producteurs pour tirer parti du mouvement national de modernisation agricole. Ils institutionnalisent également un système d'encadrement porteur du modèle productif structurant, celui de la production pour l'expédition de masse.

1. L'organisation de la production encouragée par les politiques nationales et communautaires

Pour les producteurs, le besoin de se rassembler pour s'équiper de matériel frigorifique et de conditionnement pour mieux faire face aux expéditeurs marchands se fait sentir. C'est le début de l'organisation de la production, par la création de nombreuses coopératives. En parallèle, le mouvement de modernisation agricole national, puis européen, bouscule les référentiels techniques de la production et de la commercialisation. Ces conditions inaugurent une nouvelle phase de développement du bassin de production, celle de la production-expédition de masse.

a) La coopération pour mieux organiser l'expédition

Jusqu'à la fin des années 1940, la commercialisation des fruits est relativement facile et rémunératrice, même si les prix fluctuent. La situation change après la guerre : la production augmente par la création de nombreux vergers dans la plaine de Valence, dans la basse vallée du Rhône et dans le Sud-Ouest. Entre 1959 et 1965, la production nationale de pommes double, celle de pêches et de poires augmente de 25% (Coustaury, 1966). Devant la saturation de plus en plus fréquente des marchés de production, provoquant les premières crises de méventes[131], les arboriculteurs de la Moyenne Vallée du Rhône s'organisent pour assurer eux-mêmes la fonction d'expédition. Les plus petites exploitations sont nombreuses à choisir l'organisation en coopérative, tandis que les plus grandes ont tendance à s'équiper elles-mêmes de stations d'expédition.

Les premières coopératives, comme celle créée en 1934 à Anneyron, ont une vocation d'achats de produits agricoles pour les exploitations et un rayonnement communal (Tableau 12). Rapidement, les fonctions relatives à l'expédition prennent le dessus et justifient la concentration de plusieurs centaines de producteurs dans une même coopérative, dont le rayonnement peut atteindre quelques dizaines de kilomètres. La première fonction développée est celle de réfrigération. Les coopératives s'équipent de frigorifiques pour stocker les fruits lorsque le marché sature. C'est cette raison qui motive la création, en 1949, de la Société du

[131] Mévente des abricots en 1957, des poires en 1960 (Coustaury, 1966).

Frigorifique de Beauchastel : 550 producteurs de toute la vallée de l'Eyrieux élargie y adhèrent (Caritey, 2007). Durant les années 1950, elle devient la coopérative Coopeyrieux, prenant également la fonction de commercialisation. Les coopératives s'équipent alors de stations de conditionnement, avec chaînes de calibrage. Pour assurer l'expédition, elles sont raccordées au réseau ferré : leurs bâtiments de stockage sont prolongés directement par des quais de chargement des wagons.

En 1972 dans la région Rhône-Alpes, 38 coopératives et SICA sont recensées dans le secteur des fruits et légumes frais. La coopération détient 78% des chambres froides de plus de 2000 m^3 et 77% des installations d'atmosphère contrôlée (Leroux, 1976). Elle représente alors une part majoritaire de la production fruitière (en volumes et en nombre de producteurs) et les stations d'expédition les plus modernes.

Tableau 12: Chronologie de la création des coopératives fruitières

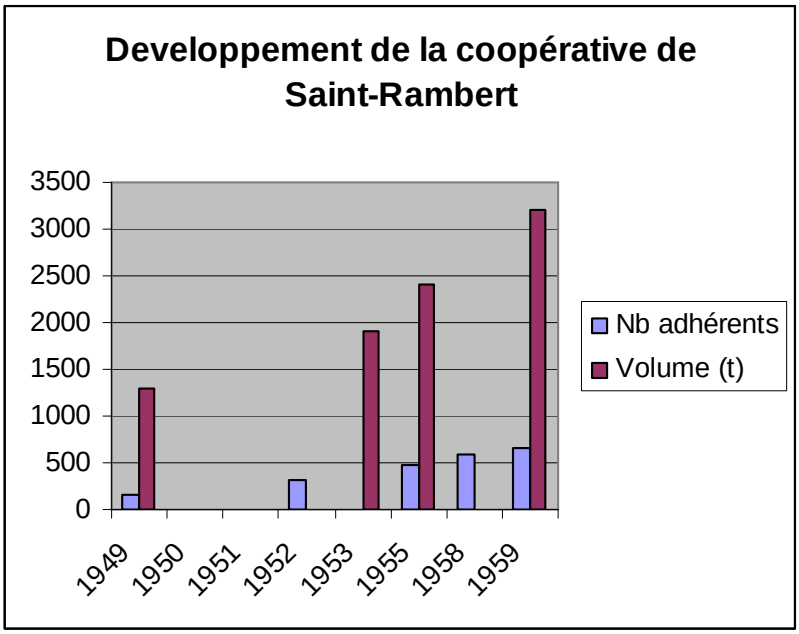
Coopérative	Création	
	Date	Nombre d'adhérents à la création
Coopérative des Producteurs de Fruits et Légumes d'Anneyron	1934	42
Coopérative des Producteurs de Fruits de Saint-Rambert	1942	
Coopérative des Producteurs de Fruits d'Epinouze	1942	
Coopérative des Producteurs de Fruits de Tain-Tournon	1942	188
Coopérative des Producteurs de Fruits de Romans	1945	
Coopérative des Producteurs de Fruits de Lapeyrouse	1947	
Coopérative des Producteurs de Fruits de Chanas	1948	
Coopérative des Producteurs de Fruits de Loriol (Lorifruit)	1948	28
Société du Frigorifique de Beauchastel (Coopeyrieux)	1949	
GIE Hermitage-Basse-Isère	1970	

Sources : Rufin, 1961 ; Caritey, 2007 ; enquêtes personnelles.

Néanmoins, coopération et producteurs-expéditeurs individuels ont toujours coexisté, alimentant de nombreux débats. Quelle organisation est la plus rentable ? Quel est le modèle préférable pour la Moyenne Vallée du Rhône ? La coexistence est-elle possible entre ces deux types d'organisation ?

Plusieurs auteurs soulignent que la coopération était davantage vécue comme une nécessité organisationnelle et/ou économique que comme une idéologie par les arboriculteurs, fortement marqués par une logique individuelle (Coustaury, 1966; Rufin, 1961). Cette forme de commercialisation s'est en fait rapidement imposée pour les arboriculteurs exploitant des vergers de taille modeste, sur des exploitations spécialisées ou diversifiées. Le développement très rapide des coopératives, en nombre d'adhérents et en volumes de fruits, à l'instar de celle de Saint-Rambert (Figure 15), témoigne du succès rencontré par cette forme d'organisation.

Figure 15: Evolution de la coopérative de Saint-Rambert-d'Albon



Source: Rufin 1961, réalisation C. Praly.

Les grands domaines ont plutôt tendance à s'équiper seuls, de frigorifiques et de station de conditionnement, et à assurer eux-mêmes les expéditions. En 1966, le géographe Alain Coustaury essaie d'analyser les limites du succès des coopératives, auxquelles les « gros producteurs » ne veulent pas se rallier : « *Et puis les paysans de la région n'ont pas l'esprit coopératif, ne se résolvent que difficilement à livrer leur production quand les cours sont hauts et la vente facile sur le marché. En 1957, la coopérative de Tournon a dû rendre obligatoire la livraison, chaque année, de la totalité de la récolte.* » (p. 151). Georges Rufin, posant la question de la forme organisationnelle la plus rentable entre petites exploitations rassemblées en coopérative, et gros domaines de production-expédition, répond ainsi : « *Il nous faut donc bien évaluer la portée de la coopération fruitière drômoise jusqu'à présent : elle a permis au petit exploitant d'avoir les mêmes avantages commerciaux que le gros exploitant totalement indépendant, c'est énorme ; mais la véritable coopération à la production (les approvisionnements en sont un élément intéressant mais bien restreint) a été refusée ; le petit exploitant, là, est moins bien placé que son voisin plus important.* » (1961, p.103). Il se garde pourtant de préconiser une forme organisationnelle plutôt qu'une autre, affirmant que la diversité de la réalité locale ne saurait se réduire à une solution systémique et générale. Quelle que soit sa forme d'organisation, ce mouvement de regroupement de la production est renforcé par la normalisation européenne.

b) La « normalisation » pour faciliter les transactions à distance

Parallèlement à ce mouvement, le contexte politique et réglementaire est profondément modifié par l'instauration des lois de modernisation agricole françaises et l'organisation du marché communautaire. La production fruitière et ses modes de commercialisation sont peu à peu normalisés.

La PAC de 1962 pose les premiers jalons de la normalisation dans un contexte de modernisation agricole accélérée. En effet, le Marché Commun mis en place en 1962 par l'Europe des Six comporte six règlements dont celui des fruits et légumes : la première

Organisation Commune des Marchés fruits (OCM) est créée. Le marché national demeure néanmoins protégé jusqu'en 1966. Le marché unique des fruits entre en vigueur en 1967, mais sans organisation commerciale entre les pays membres, ce qui laisse régner une concurrence complètement libre (Durbiano, 1997). Les crises provoquées par les problèmes de surproduction et de saturation du marché suscitent rapidement une politique visant à encourager le rassemblement de l'offre et son adaptation à la demande. En 1967, l'OCM fruits subventionne la création des Groupements de Producteurs[132] (GP), inspirés de l'organisation en coopérative. Dès lors, la plupart des coopératives sont reconnues comme GP et peuvent bénéficier de financements du FEOGA[133], ce qui encourage d'autant plus l'adhésion des producteurs à ces structures.

Dans le même temps, la « normalisation » contenue dans l'OCM de 1962 est progressivement mise en place, devenant obligatoire pour 27 produits entre 1965 et 1968. Son objectif est de parvenir à une meilleure gestion du marché et surtout de permettre la commercialisation sans la présence physique du produit. Pour cela, des normes sont définies pour rendre objectivable la qualité d'un fruit, fondées sur les critères de forme, de calibre, de coloration, de l'état de maturité et de présentation de la marchandise. Elles aboutissent à une classification en quatre catégories de fruits, chacune étant reconnaissable à son emballage particulier[134]. Applicable aux échanges internationaux et français, à condition que le lieu de vente soit à plus de 50 km du lieu de production, cette norme bouleverse les pratiques de commercialisation. Comme tout changement, celui-ci provoque des résistances de la part des producteurs[135]. Encore aujourd'hui, dans nos enquêtes personnelles, l'étape de la « normalisation » est souvent mentionnée comme un tournant dans les pratiques, un repère chronologique connu de tous. Il y a l'avant où la commercialisation se faisait en *mussy*, et l'après avec les catégories et emballages normalisés imposés.

Les GP sont fédérés dans les premiers Bassins Economiques, constitués à l'échelle régionale. Ceux de la Moyenne Vallée du Rhône sont donc rattachés au Bassin Economique Rhône-Alpes. Ils ont pour fonction de faire appliquer cette normalisation. L'objectif est de déterminer, pour chaque campagne, les qualités commercialisables et celles qui ne le sont pas et de réguler ainsi la quantité de fruits mise sur le marché.

Au niveau national, l'Etat impulse un très fort mouvement de modernisation et, par là même, d'homogénéisation des productions de fruits (Chazoule, 2001). L'action porte sur la recherche scientifique, menée par l'INRA et diffusée de manière linéaire et descendante par les centres techniques (CETA et centres d'expérimentation CTIFL) instaurés au début des années 1960.

---

[132] D'après la loi complémentaire agricole du 8 août 1962, il s'agit de groupes d'agriculteurs (coopératives, unions de coopératives, SICA, syndicats agricoles autres que les syndicats à vocation générale, associations loi 1901) qui se rassemblent pour engager des actions et qui s'imposent des règles communes. Les actions concernent la production, la mise en marché et la vente (engagement d'apports, connaissance et contrôle des transactions, activité économique). Le Gouvernement « reconnait » les GP lorsque ces règles sont appliquées (Leroux, 1976).

[133] Fond Européen d'Orientation et de Garantie Agricole, qui finance les mesures prises par la PAC.

[134] La catégorie « extra », étiquette rouge : produits de qualité supérieure, de forme, apparence, coloration et goût correspondant à la variété, pratiquement exempts de défauts affectant leur apparence extérieure et de présentation particulièrement soignée.

La catégorie I, étiquette verte : produits de bonne qualité, commercialement exempts de défauts et de présentation soignée.

La catégorie II, étiquette jaune : produits pouvant présenter quelques défauts non nuisibles à la qualité intrinsèque du produit et satisfaisant aux caractéristiques minima ci-dessus.

La catégorie III, étiquette grise : produits ayant des défauts, plutôt destinés au marché de la transformation. D'après (Leroux, 1976, p.27).

[135] « *Comme bien des vergers français, ceux du Rhône moyen sont actuellement gênés aussi par la mise en vigueur des accords de Bruxelles qui modifient complètement les conditions techniques de la vente, et auxquels les arboriculteurs n'ont pas encore pu s'adapter.* » (Coustaury, 1966, p.153).

Cette organisation « colbertiste » du développement diffuse des variétés et des techniques de production identiques sur l'ensemble du territoire national, remplaçant et gommant les spécificités locales. L'enjeu est d'obtenir une production standard, normalisée, accessible à faible prix pour les consommateurs et concurrentielle sur le marché européen. Dans la Moyenne Vallée du Rhône, cela se traduit par l'arrivée des variétés américaines, les pêches jaunes et la pomme de variété golden (Rufin, 1961). Plus résistantes, plus productives, elles sont cultivables par une taille simplifiée en gobelets[136] à taille longue qui les rend accessibles au plus grand nombre de producteurs. Jusque là, la taille était un travail de spécialiste, qui nécessitait une formation longue acquise seulement dans les vergers. Enfin, la généralisation de l'irrigation, d'une part grâce à la fin des aménagements hydrauliques, et d'autre part grâce à la diffusion des techniques, autorise l'expansion géographique des vergers dans toute la Moyenne Vallée du Rhône (Bethemont, 1972).

La très grande progression de la production fruitière française, désormais en concurrence avec la production italienne dans un marché complètement libre, conduit à de très fortes crises conjoncturelles, comme celle de 1968 pour les pêches (Mayaud, 2005). Une nouvelle OCM est alors conçue pour réguler ces crises par le retrait.

L'OCM fruits dite de 1972 a été fixée par le règlement 1035/72, instaurée entre 1969 et 1972. Le principe organisateur est celui du retrait des excédents de fruits par des organismes d'intervention, les GP, subventionnés par le FEOGA. Les fruits retirés sont payés aux producteurs à un prix fixe. Le montant de ce prix est compris entre 40 et 50% d'un prix de base calculé sur la moyenne des cours des trois années précédentes. En termes de régulation du marché, ces interventions demeurent limitées, d'abord parce qu'elles ne concernent que huit produits[137], ensuite parce qu'elles sont peu importantes : elles représentent entre 0,5 et 2% des volumes selon les années (pouvant atteindre des proportions plus élevées pour les pommes avec 7% en 1979-1980) (Durbiano, 1997). Elles donnent néanmoins une mauvaise image de la profession fruitière aux consommateurs, qui comprennent mal que des tonnes de fruits soient jetées. Elles amplifient également l'opposition entre producteurs « organisés », c'est-à-dire membres d'un GP et ayant droit aux aides aux retraits, et producteurs « indépendants », n'ayant pas accès à ces aides. Les seconds reprochant souvent aux premiers d'avoir profité de l'existence de ce dispositif pour produire à outrance des fruits de mauvaise qualité destinés au retrait.

Ainsi, bien que divisée en deux camps, les producteurs « organisés » et les « indépendants », la filière reste dominée par un marché libre et spéculatif, dont la normalisation permet techniquement un élargissement de l'univers concurrentiel aux six pays membres de la Communauté économique européenne. La filière fruits s'adapte à ce nouveau contexte en allongeant sa chaîne d'expédition.

c) Allongement et complexification des filières d'expédition de fruits

Les circuits d'acheminement des fruits de la production à la consommation s'allongent et deviennent plus complexes (Chazoule, 2001). Il s'agit de gérer des volumes de plus en plus importants, avec des besoins en stockage (chambres froides) à chaque étape. La taille des coopératives s'accroit ainsi que celles des entreprises des producteurs-expéditeurs et des expéditeurs privés. Par ailleurs, des courtiers, des négociants et des opérateurs hybrides

[136] Taille en forme ronde : à partir de l'axe vertical, à environ 30 cm du sol, partent des ramifications (branches charpentières) sur lesquelles la taille entretient un certain nombre de coursonnes (petites branches), qui portent les fruits.

[137] Pour les fruits, ce sont la pêche, la poire, la pomme, l'orange, la mandarine et le citron. Pour les légumes, ce sont la tomate et le chou-fleur.

(producteurs-expéditeurs faisant également du négoce par exemple) assurent les investissements nécessaires au rassemblement de gros volumes pour la première mise en marché. Leur principal débouché est représenté par les grossistes, généralement localisés sur les marchés de gros nationaux ou à l'étranger. Là, ils revendent leur marchandise divisée en lots de taille moyenne, soit aux demi-grossistes qui revendent ensuite aux restaurateurs ou acheteurs de lots relativement importants, soit directement aux distributeurs détaillants des marchés urbains.

A cette période les marchés de gros se développent (Durbiano, 1997). L'Etat intervient pour mieux encadrer et équiper ces lieux de fixation des prix nationaux, voire européens, des fruits et légumes français. La réorganisation du système de commercialisation est pensée dès 1953, avec la création des marchés-gares, devenus ensuite Marchés d'Intérêt National (MIN). L'objectif initial était de regrouper davantage la marchandise et de faciliter son transport en liant les lieux du marché et de la gare. La transparence des cours devait être améliorée par un Service des Nouvelles du Marché (SNM), recueillant nationalement les prix pratiqués quotidiennement sur chaque MIN. Le marché des Halles de Paris, saturé, est transféré au MIN de Rungis, ouvert en 1969. Mais tous les opérateurs présents aux Halles ne déménagent pas à Rungis, en particulier les petits commissionnaires qui sont nombreux à fermer boutique. Cette réorganisation profonde et rapide modifie les systèmes de commercialisation mis en place par les arboriculteurs vendeurs de la Moyenne Vallée du Rhône. Le cas de l'Eyrieux est emblématique : la vente à la commission, qui assurait dans les années 1950 la majeure partie de la commercialisation des fruits, a presque disparu dès la fin des années 1970 (Bouvier et Reynaud, 1982, p.46). La perte des réseaux commerciaux privilégiés avec les commissionnaires des Halles, qui connaissaient et valorisaient la qualité des pêches de l'Eyrieux, fut fatale à la vallée. Ayant perdu ce circuit informel porteur de sa réputation et des connaissances nécessaires à sa valorisation, la pêche de l'Eyrieux s'est trouvée noyée dans le marché de masse (Caritey, 2007). Les marchés de gros restent les lieux dominants de la seconde mise en marché jusqu'à la fin des années 1980, où l'apparition des centrales d'achats de la grande distribution court-circuite ces lieux en s'approvisionnant directement auprès des opérateurs de première mise en marché (coopératives et expéditeurs) (Chazoule, 2001).

Enfin, le développement du transport routier, avec camions réfrigérés, offre de nouvelles perspectives pour l'expédition, notamment l'accès à de nouvelles localisations non desservies par le rail, plus de souplesse dans les horaires, pas de rupture de charge. S'il met longtemps à s'imposer, du fait de l'organisation des circuits d'expédition partout raccordés aux rails (au niveau des coopératives et des marchés-gares), le transport par camions finit par supplanter le rail à la fin des années 1960 (Bethemont, 1972). Ainsi, la distribution et la logistique se développent pour assurer l'approvisionnement en fruits sur l'ensemble de la France, ainsi qu'à l'export, modifiant dans le même mouvement les circuits commerciaux mis en place avant guerre en Moyenne Vallée du Rhône.

Le mouvement de modernisation et d'intensification de la production fruitière mené à l'échelle nationale conduit au développement de la production dans quelques régions, dont la Moyenne Vallée du Rhône. Il s'accompagne d'un remplacement des spécificités régionales par les techniques de production standards développées par la recherche nationale et diffusées de la même manière sur tout le territoire. Dans la Moyenne Vallée du Rhône, les exploitations s'agrandissent, certaines se spécialisent, toutes s'organisent collectivement ou individuellement pour investir dans des stations d'expédition, tandis que la filière se déploie pour approvisionner en fruits l'ensemble du territoire national. Les conditions organisationnelles et techniques autorisent une production de masse standardisée, expédiée pour être consommée loin des espaces de production. Si ce modèle de production-expédition

de masse rencontre un si franc succès dans la Moyenne Vallée du Rhône, c'est parce que les acteurs locaux ont su s'organiser institutionnellement pour le faire adopter par le plus grand nombre.

2. L'instauration d'un système d'encadrement pour un modèle productif unique en Moyenne Vallée du Rhône

Les arboriculteurs prennent rapidement des responsabilités dans les organisations professionnelles agricoles départementales, puis régionales et parfois nationales. De ces postes, ils mobilisent les moyens issus des politiques nationales et européennes pour diffuser le modèle technique et organisationnel de production-expédition de masse.

a) Prise de pouvoir institutionnelle multi-scalaire des arboriculteurs

Le tableau réalisé d'après la bibliographie dont nous disposons ainsi que nos enquêtes personnelles, présente les principaux acteurs leaders du bassin fruitier de la Moyenne Vallée du Rhône (Tableau 13). S'il n'est pas exhaustif, il n'en montre pas moins l'importance de la représentation des arboriculteurs dans les OPA locales et régionales, ainsi que la prise de responsabilité de certains d'entre eux dans des organismes nationaux.

Ce tableau souligne la forte présence, inscrite dans la continuité, d'arboriculteurs à la présidence des Chambres d'agricultures départementales ainsi que l'importance des arboriculteurs de la Moyenne Vallée du Rhône dans les OPA sectorielles nationales. Ainsi, la prise de pouvoir institutionnelle se joue à double échelle. Non seulement les acteurs de l'arboriculture investissent les organisations agricoles généralistes couvertes par le bassin de la Moyenne Vallée du Rhône, mais ce bassin pèse d'un poids certain dans les instances influentes sur les politiques sectorielles nationales et communautaires, comme la FNPF[138]. Quelques exemples choisis illustrent cette influence.

[138] Fédération Nationale des Producteurs de Fruits, fondée en 1946 comme une association spécialisée par produit de la FNSEA.

Tableau 13: Arboriculteurs ayant pris des responsabilités institutionnelles

Nom et lieu d'origine	Responsabilités départementales	Responsabilités régionales	Responsabilités nationales	Autres
Robert Genthial (Basse Eyrieux)	- Président CA 07 (1961-1975) - Président du Comité Général de Liaison 07	- Membre du Conseil Economique et Social RA		- Président Coopeyrieux (1955-1975)
Gilbert Louis (Saint-Fortunat)	- Président CA 07 (1975-2001)	- Président CRA-RA (1990-2000)	- Président APCA (1990-2000)	- Président Coopeyrieux (1975-1999)
Henri Bois (Eyrieux, puis Gard)			- Président FNPF (1979-1989)	
Pierre Banc (Plat, 07)	- Vice-président CA 26 (entre 2001 et 2005)	- Président CSF- RA (jusqu'en 2005)	- Président FNPF (1998-2005), vice-président d'Interfel et de la FNSEA	
Claude Aurias (Loriol, 26)	- Président CA 26 (depuis 2005) - Président Fruit Plus (depuis 2005)	- Président SEFRA d'Etoile (depuis 2005)		- Adjoint au maire de Loriol (depuis 2001)
Bruno Darnaud (La Roche de Glun, 26)	- Elu CA 26 (depuis 2002)	- Président CSF-RA (2005-2008) - Co-Président CSF-RA (depuis 2008) - Administrateur BRM		- Président GIE Hermitage-Basse-Isère
Régis Aubenas	- Elu CA 26 (depuis 2002)	- Elu JA-RA		

Sources : Pierre Caritey, enquêtes personnelles.

A l'échelle des OPA départementales, Robert Genthial, président de la Chambre d'agriculture de l'Ardèche, réussit à faire intégrer l'Ardèche et la Drôme dans les Programmes Intégrés Méditerranéens[139] (PIM) de 1975. Ainsi, les deux départements peuvent bénéficier d'aides à l'installation de l'irrigation, dont l'arboriculture était la première bénéficiaire (Caritey, 2007). A l'échelle nationale, Henri Bois occupe le poste de président de la FNPF pendant 10 ans (Tableau 14). L'un de ses grands projets est la mise en place de la politique de rénovation des vergers, dès 1980. Constatant une baisse de productivité des variétés anciennement plantées dans les bassins historiques, comme celui de la Moyenne Vallée du Rhône, son plan soutient la mise en place de variétés nouvelles, ainsi que l'adoption d'un renouvellement variétal cyclique. Cette politique s'inscrit parfaitement dans le modèle d'intensification de la production.

[139] Ces programmes ont été créés pour aider les régions méditerranéennes de l'Europe dans la perspective de l'entrée de l'Espagne et du Portugal dans la CEE. Dans ces PIM, la question de l'irrigation est considérée comme majeure.

Tableau 14: Les présidents successifs de la FNPF et leur département d'origine

Paul CAFFIN (Seine et Oise), de 1946 à 1947 Bernard CHERISEY (Puy de Dôme), de 1947 à 1959 François ROBIN (Loir et Cher), 1959 à 1968 Guy PLASSART (Sarthe) 1968 à 1972 Bernard PERRET du CRAY, (Hérault) de 1973 à 1979	Henri BOIS, (originaire de l'Eyrieux) 1979 à 1989 Charles CALLEJA, (Haute Garonne) 1989 à 1997 Pierre BANC, (Drôme) de 1998 à 2005 Christian PAULEAU, (Gard) 2006 à …

Source : FNPF, enquête personnelle.

Le tableau (Tableau 13) cache néanmoins de fortes rivalités locales. En Ardèche, c'est le cas par exemple entre Robert Genthial et Guy Fougeirol. Ce dernier, habitant de Saint-Laurent-du-Pape, dirige la Coopérative Agricole de l'Ardèche ainsi que la MSA[140]. Il est également vice-président de la Chambre d'agriculture, Conseiller Général et président de la Société d'Encouragement à l'Agriculture de l'Ardèche. En opposition avec Robert Genthial, alors président de Coopeyrieux, il fonde un autre GP : le GIE Eyrieuxprim[141], concurrent direct et voisin de Coopeyrieux. Dans la Drôme, de fortes rivalités professionnelles divisent également les arboriculteurs, notamment dans l'accession aux postes de responsabilité à la Chambre d'agriculture. S'il n'est pas nécessaire pour notre propos de retracer précisément l'histoire des institutions, ni d'élucider les causes précises des conflits, il convient, revanche, de souligner l'existence d'une histoire de forts jeux de pouvoirs entre acteurs locaux. Les rivalités qui se sont exprimées dans l'accession aux responsabilités, dans les orientations à donner à l'arboriculture, se traduisent aujourd'hui dans la mémoire collective. Un arboriculteur responsable professionnel de la Drôme souligne le poids de cette histoire récente et la difficulté, pour les générations suivantes, de construire une cohésion là où il y a eu rupture : « *Enfin, on a quand même un problème sur ce territoire, c'est qu'on a toujours souffert de rivalités professionnelles très très dures, des problèmes politiques professionnels assez importants.* »[142]

Enfin, les métiers afférents à l'arboriculture comptent des leaders régionaux et nationaux parmi les gens de la Moyenne Vallée du Rhône. Ainsi, en 2006, l'organisation des expéditeurs est portée par les opérateurs locaux : l'AREEFEL[143] et l'ANEEFEL[144] sont respectivement présidées par Jean-Yves Lhorme, expéditeur à Anneyron et par Luc Métral, expéditeur à Chanas.

Cet investissement des arboriculteurs dans les institutions professionnelles locales et nationales s'est traduit dans les faits par une forte diffusion du modèle de production-expédition de masse.

[140] Mutualité Sociale Agricole.

[141] Les motifs de cette rivalité semblent pluriels. Les acteurs locaux évoquent volontiers une opposition d'appartenance religieuse, Robert Genthial étant protestant et Guy Fougeirol catholique (Caritey, 2007). D'autres analyses soulignent également une différence de stratégie de production, le GIE Eyrieuxprim visant une production de qualité supérieure à celle de Coopeyrieux, qui vise davantage la quantité (Bouvier et Reynaud, 1982). Nous ne disposons pas de données permettant de porter une opinion objective sur ce débat.

[142] Enquête personnelle, avril 2006.

[143] Association Régionale des Expéditeurs Exportateurs de Fruits et Légumes.

[144] Association Nationale des Expéditeurs Exportateurs de Fruits et Légumes.

b) Outils de diffusion du modèle de production-expédition

Les structures de formation initiale et continue, nombreuses en Moyenne Vallée du Rhône, ont permis la mise en place d'un véritable outil de diffusion des techniques de l'arboriculture intensive pour l'expédition de masse.

La diffusion a eu lieu par deux voies principales. La première est constituée par les centres de formation et de recherche qui se développent, soutenus par la politique nationale de modernisation de l'agriculture. D'abord généralistes, certaines sections s'orientent spécifiquement sur la production fruitière, accompagnant la spécialisation des techniques culturales. La MFR d'Anneyron, créée en 1941, forme de nombreux arboriculteurs, dont une partie des futurs responsables professionnels ou acteurs leaders du bassin[145]. Elle ouvre dès 1975 un BEPA[146] « arboriculture fruitière », puis en 1983 un BTA[147] « arboriculture fruitière » : le premier de toute la région Rhône-Alpes. Une école régionale d'agriculture est également ouverte en 1957 à Bourg-lès-Valence, qui devient le lycée agricole du Valentin. La ferme de cet établissement comporte rapidement des vergers de pêchers et d'abricotiers. Le CFPPA[148] qui y est associé propose en 1986 une formation pour accéder au BEPA « arboriculture fruitière ». Une station expérimentale de l'INRA d'Avignon est ensuite mise en place à proximité du lycée agricole, dédiée spécifiquement à l'étude des techniques de production fruitière (centre INRA-Gotheron). Enfin, une station expérimentale fruitière régionale, la SEFRA[149], est créée en 1990 au cœur du verger de la Moyenne Vallée du Rhône, sur une ancienne station expérimentale de la Chambre d'agriculture de la Drôme, à Etoile.

La seconde voie concerne la diffusion des techniques et des variétés nouvelles auprès des arboriculteurs déjà installés. L'expérimentation collective s'organise par des liens et des rencontres fréquentes entre les techniciens des Chambres d'agriculture, des stations expérimentales et les arboriculteurs. Des journées techniques ou de présentation des variétés nouvelles par les stations expérimentales attirent de nombreux visiteurs[150]. Un technicien raconte que dans les années 1980-86, le verger expérimental de l'INRA de Gotheron, correspondant à une petite collection de variétés, est un lieu important d'échanges et de transmission de l'information : « *tous les vendredi matin il y avait des visites, il y venait plein de monde, les gens ont tout appris sur les variétés : les greffes, des tas de trucs.* »[151]. Le technicien de la Chambre d'agriculture de l'Ardèche évoque lui aussi la dynamique collective qui a lieu au sein du Groupement de Vulgarisation Agricole (GVA) du plateau ardéchois. Il affirme qu'un grand nombre d'arboriculteurs développe son exploitation autour de l'expérimentation menée dans les programmes de ce GVA, en relation avec l'INRA. Concrètement, des vergers expérimentaux sont mis en place chez les producteurs, d'abord à l'échelle de parcelles d'essai locales, ensuite dans des parcelles grandeur nature à l'échelle régionale, avec des visites de ces parcelles organisées pour les producteurs. Le technicien évoque la dynamique d'émulation impulsée par ce GVA pour les producteurs, avec des

[145] Quelques exemples peuvent être cités à partir du fichier des anciens élèves : C'est le cas de Robert Vallon, qui s'installe arboriculteur dans les années 1970 puis s'arrête pour reprendre une entreprise d'expédition, Savajols SA. C'est également le cas de Camille Pascal, élève de la première promotion, qui est parmi les premiers à planter des pêchers à Epinouze, et dont le fils devient président de Chanabel en 1989 (il l'est encore en 2006). Guy Sauvajon, de la promotion 1966-67 devient arboriculteur, en 2006 il élu Chambre d'agriculture 26, administrateur du Crédit Agricole, membre de la section nationale poire, membre de la CDOA 26. Bruno Darnaud, issu de la promotion 1983-85, est actuellement élu à la Chambre d'agriculture 26, président du GIE Hermitage-Basse-Isère et président du CSF-RA, etc.

[146] Brevet d'études professionnelles agricoles.

[147] Brevet de technicien agricole.

[148] Centre de formation professionnelle pour adultes.

[149] Station expérimentale fruitière de Rhône-Alpes.

[150] Entretien auprès d'un technicien encore en poste, 2006.

[151] Ingénieur CTIFL en poste à la SEFRA, juin 2006.

voyages d'études et des échanges fréquents avec les établissements scolaires agricoles locaux[152]. Des partenariats sont également contractualisés entre ces mêmes techniciens et les GP pour assurer un suivi technique et une amélioration croissante des performances au verger des adhérents. Le progrès technique est ainsi un projet fédérateur, rassemblant les arboriculteurs du bassin : « *il y avait un minimum d'appui technique global qui se faisait parce que tout le monde avait une convention avec la Chambre d'agriculture, les techniciens allaient chez tout le monde, bon même si ça correspondait à une période un peu faste en arboriculture, mais si vous voulez il y avait un peu ça. Donc il y avait le développement qui était là, progrès techniques, il y avait un minimum de trucs qui soudaient, qui cimentaient un peu les GP, que ce soit les coop ou les indépendants, donc il y avait quelque chose quoi.* »[153].

Dans ces centres techniques, les techniciens rédigent des articles dans les journaux agricoles locaux, visitent les producteurs sur leurs exploitations et sont ainsi les vecteurs du modèle de modernisation porté par la politique nationale et les responsables professionnels locaux. En 1966, Georges Rufin souligne le rôle de l'encadrement technique et financier apporté aux exploitants fruitiers par les coopératives, les techniciens des Chambres d'agriculture, ainsi que par le Crédit Agricole (Rufin, 1961). Le discours des OPA adhère à celui de la politique nationale de modernisation, et soutient le mouvement de normalisation et d'organisation du bassin de production : « *Les services agricoles pensent que seuls des groupements de producteurs pourraient faire respecter la discipline, surveiller le marché, déterminer, pour chaque campagne, les qualités de fruits commercialisables.* » (Coustaury, 1966, p.153). La Moyenne Vallée du Rhône ou du moins les responsables de son système d'encadrement sont particulièrement investis dans la recherche de productivité des vergers dans les années 1960 et 1970[154].

c) Un modèle productif unique : production-expédition standardisée

Ainsi sont mises en place les conditions idéologiques et institutionnelles de diffusion et de reproduction d'un modèle de production standard destinée à l'expédition. À l'instar de la politique nationale de modernisation agricole, le modèle prôné localement se décline selon une voie unique. Les « autres », ceux qui ne produisent et ne commercialisent pas selon les critères technico-économiques établis par le système d'encadrement ne sont pas reconnus, pas entendus, pas regardés, souvent dénigrés. Jugés comme les derniers représentants d'une agriculture archaïque en passe de disparaître, on ne trouve nulle part mention de ces pratiques, sauf dans quelques travaux universitaires. C'est le cas dans l'article de Pierre Coustaury qui mentionne, en 1966, une recrudescence de la vente directe des fruits le long des routes par les producteurs insatisfaits des prix obtenus par les coopératives ou par l'expédition (Coustaury, 1966). Mais il est difficile de trouver d'autres documents, ou statistiques, prenant en compte ces pratiques.

Le système mis en place permet un très fort développement de la production. Les surfaces et les volumes sont démultipliés entre 1950 et 1989 dans la Moyenne Vallée du Rhône (cf. Figure 16, sachant que la production de l'année 1975 fut fortement diminuée par le gel). La pêche-nectarine constitue alors la principale espèce cultivée et commercialisée, véritable fer de lance du mouvement d'expansion du bassin de production. Les circuits de

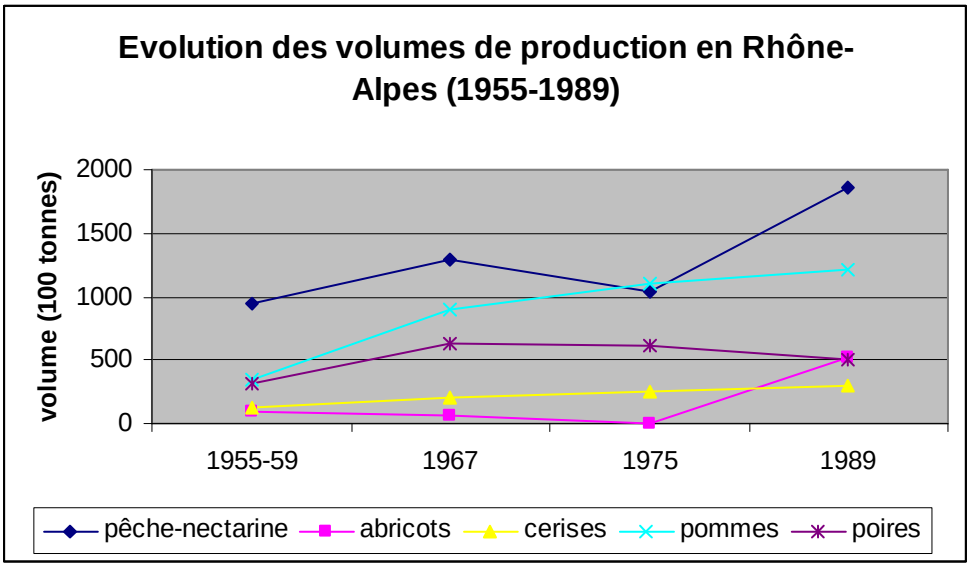
[152] Technicien de secteur, Chambre d'agriculture 07, juin 2006. La citation suivante illustre son propos : « *Moi je suis reconnaissant vis-à-vis de ces gens, qui ont innové et qui ont accepté de prendre des risques et de faire de l'expérimentation. Il y a des gens avec qui j'ai beaucoup travaillé, et qui ont été véritablement des pionniers* ».

[153] Arboriculteur responsable professionnel, avril 2006.

[154] En témoigne, un technicien en poste à la Chambre d'agriculture de la Drôme en 1964, qui préfère quitter ce bassin de production et travailler dans un Centre d'Expérimentation Technique Agricole (CETA) de la Loire, porteur d'une vision qu'il juge moins « productiviste » (Enquête personnelle, juin 2006).

commercialisation ont même tendance à se spécialiser autour de cette seule espèce. Le marché de production de Chanas n'autorise que les pêches-nectarines entre 1960 et 1975[155]. Celui de Pont-de-l'Isère n'interdit pas les autres espèces, mais les transactions y sont largement dominées par cette espèce[156]. Le bassin de production atteint son expansion territoriale maximale à cette période.

Figure 16: Evolution des volumes de production de Rhône-Alpes (1955-1989)



Sources : SCEES, Leroux 1976, Agreste, Statistique agricole annuelle. Réalisation C. Praly

La Moyenne Vallée du Rhône se place parmi les principaux bassins de production de fruits français (Tableau 15). En 1974, la région Rhône-Alpes dont la production principale vient de la Moyenne Vallée du Rhône occupe le premier rang national en termes de surfaces avec 48 977 ha de vergers commerciaux, juste devant la région PACA qui en compte 47 793 ha (Leroux, 1976), soit 17% de la surface française pour chacune des deux régions.

[155] Enquête personnelle, 2007.
[156] Enquête personnelle, 2007.

Tableau 15: Place de la production fruitière de Rhône-Alpes parmi la production française, 1975.

Espèce	Production (t)		Part dans la production française	Rang de Rhône-Alpes (1ère région)
	Rhône-Alpes	France		
Pomme de table	110 150	1 934 677	5,7%	6ème (PACA)
Poire de table	61 945	381 049	16,3%	2ème (PACA)
Pêche (chiffres de 1974)	101 940	420 800	24,2%	2ème (Langu.-Rouss.)
Nectarines et brugnons (chiffres de 1974)	2 700	36 970	7,3%	5ème (Aquitaine)
Abricots	744	64 347	1,2%	3ème (Langu.-Rouss.)
Fraises	7 136	74 440	9,6%	3ème (Aquitaine)
Cerises	25 300	82 494	30,7%	1er
Framboises	1 554	6 307	24,6%	1er
Groseilles	363	1 895	19,2%	1er
Noix	6 625	26 009	25,5%	2ème (Aquitaine)
Châtaigne	13 290	41 834	31,8%	1er

Source: Leroux, 1976

La régulation du marché repose essentiellement sur la confrontation de l'offre et de la demande, avec l'intervention des retraits pour la pêche-nectarine dans les cas de saturation. Contrairement au système précédent, où l'évaluation de la qualité des fruits nécessitait que la marchandise soit vue par les deux parties de la transaction, la normalisation de la production-expédition permet de s'émanciper des contraintes territoriales et des distances. Elle permet de commercialiser les fruits à distance, par téléphone. Dans ce mouvement, les spécificités locales sont gommées, voire niées, pour pouvoir s'intégrer dans un référentiel connu de tous. Les variétés locales sont ainsi remplacées par des variétés plus productives et connues de tous les opérateurs de la chaîne de distribution nationale et européenne. La production de la Moyenne Vallée du Rhône est ainsi intégrée dans une filière d'expédition standard d'ampleur européenne.

Après la Seconde Guerre mondiale, l'élan qui accompagne le développement de la production fruitière se trouve démultiplié par les opportunités offertes par un contexte politique favorable. Les politiques nationales et communautaires de reconstruction et de modernisation de l'agriculture donnent des moyens financiers, administratifs et législatifs aux arboriculteurs de la Moyenne Vallée du Rhône pour ériger un modèle productif unique, fondé sur une production-expédition standardisée. Cela correspond à une phase d'organisation et d'institutionnalisation du bassin de production, dans laquelle la modernisation et surtout la normalisation des techniques de production et des modes de commercialisation sont radicales. L'expansion de la production et du bassin, résultat probant de cette modernisation, atteint un niveau sans précédent. Tout cela n'est possible que par la construction d'un système d'encadrement puissant, accompagnant ce modèle productif. La prise de responsabilité institutionnelle des arboriculteurs, dans les différents types d'OPA, ainsi que la mise en place d'un dispositif de formation, participent de la structuration du système d'encadrement et de la diffusion du modèle de production-expédition standardisée. Le résultat de ce vaste mouvement, national et local, aboutit à l'intégration de la Moyenne Vallée du Rhône dans un marché standard européen.

Le succès de ce modèle de production en Moyenne Vallée du Rhône semble tenir autant du contexte politique favorable que de la capacité des arboriculteurs à s'organiser pour s'en saisir. Un modèle productif unique est alors imposé, développé, soutenu, enseigné, décrit,

analysé ; celui d'une production standardisée pour l'expédition. Le maintien de ce modèle productif dans les conditions existantes en Moyenne Vallée du Rhône conduit à déployer toujours davantage les surfaces de vergers.

III. De l'expansion du bassin à la délocalisation des productions (1980-1990)

La politique de modernisation nationale n'a pas seulement concerné la Moyenne Vallée du Rhône. Elle a également permis l'émergence et la croissance des vergers dans les autres régions de production, principalement dans le sud de la France. En continuité du mouvement d'expansion qui a dessiné le bassin de production dans la Moyenne Vallée du Rhône, les arboriculteurs et les opérateurs de l'expédition n'hésitent pas à émigrer pour planter des vergers dans les plaines plus méridionales, favorables à cette production. Analysée à l'aune du modèle productif de production-expédition, cette logique d'expansion des vergers traduit en réalité plusieurs types d'évolution pour le bassin de production : l'expansion géographique du bassin, la reproduction du modèle productif dans d'autres lieux et la délocalisation de la production de la Moyenne Vallée du Rhône.

1. Expansion des vergers et dissémination du modèle productif

L'histoire du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône montre que les arboriculteurs, et surtout les Ardéchois, ont su se déplacer pour se développer. Loin d'être attachés à leur lopin de terre comme on l'imagine d'un paysan, les arboriculteurs apparaissent ici davantage comme des migrants défricheurs, partant planter des vergers au gré de la disponibilité des terres.

L'histoire des arboriculteurs révèle ainsi une histoire de migrations successives. La première phase de migration correspond à l'entre-deux-guerres. Les berges du Rhône, souvent inondées par ses crues, ne sont pas cultivables en Ardèche. Le fort développement de la culture de la pêche à cette période encourage alors les Ardéchois à quitter le parcellaire étriqué de la vallée de l'Eyrieux pour s'installer dans la plaine des Chassis entre Valence et Châteauneuf-sur-Isère. Ils y trouvent des surfaces de cinq à six hectares qu'ils peuvent cultiver d'un seul tenant. Cette expansion des surfaces de vergers se poursuit sur toutes les terres cultivables de la Moyenne Vallée du Rhône jusque dans les années 1970.

La construction des barrages du Rhône débute après la Seconde Guerre mondiale pour se terminer à la fin des années 1970 (Bethemont, 1972). Celui de Donzère-Montdragon bâti en 1957-58 libère de vastes surfaces cultivables dans l'extrême sud de l'Ardèche. Cela génère une seconde phase de migrations, vers le sud de la Drôme, de l'Ardèche et le nord du Gard, à l'extérieur de la Moyenne Vallée du Rhône. André Rioux est le premier arboriculteur à partir s'installer dans le Gard. Il avait déjà, lors de la première phase de migration, quitté l'Ardèche pour aller s'établir à Bourg-les-Valence. Son exploitation étant inondée au moment de la construction du barrage sur cette commune, il émigre vers le Sud. Les années 1970 voient donc quelques arboriculteurs quitter la Moyenne Vallée du Rhône pour s'installer dans la plaine de Donzère. C'est le cas de M. Favel qui a lui aussi été exproprié lors de la construction du barrage de Seaulces. Le terrain favorable et plat de Donzère permet l'implantation de parcelles pouvant atteindre 50 à 100 ha d'un seul tenant, ce qui optimise les conditions de travail et facilite l'homogénéisation de la qualité des lots de fruits produits.

La troisième phase de migration débute avec la décennie 1980. Suite à la rapide expansion du bassin de production, les meilleures terres de la Moyenne Vallée du Rhône sont saturées et les exploitations se partagent un parcellaire mal organisé. Certaines en ont une partie dans la

Drôme et une partie dans l'Ardèche, des entités de quelques hectares disséminés de part et d'autres du fleuve. Or, des terres se libèrent à nouveau dans le Gard. C'est en effet la période de la crise viticole et, à la faveur de la prime à l'arrachage, de vastes vignobles sont arrachés. Des domaines de 160 à plus de 200 ha peuvent désormais accueillir des arboriculteurs issus de la Moyenne Vallée du Rhône. Comme à Donzère, ils s'installent dans cette région dont le paysage et les conditions de vie sont attractifs. Henri Bois est une figure emblématique de cette phase de migration, parti s'installer dans le Gard en 1983.

Il y a ainsi expansion progressive de la culture fruitière, dominée par les pêches-nectarines, à partir des foyers historiques de Saint-Rambert-d'Albon et de l'Eyrieux, à toute la Moyenne Vallée du Rhône, puis vers les plaines méridionales. Ce mouvement spatial correspond d'abord à l'expansion géographique du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône : les surfaces de vergers s'étendent et la production est mise en marché par les opérateurs de l'expédition localisés dans la Moyenne Vallée du Rhône. Les premières migrations vers le Sud traduisent en revanche une reproduction du modèle productif de la Moyenne Vallée du Rhône reconstruit dans d'autres lieux, comme par un processus de dissémination. En effet, les arboriculteurs parmi les plus dynamiques et novateurs émigrent et fondent des exploitations et des stations d'expédition dans ces terres moins sujettes aux aléas climatiques. Tout en reproduisant le même modèle productif, celui de la production-expédition standardisée, ils s'émancipent de l'organisation du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône. L'éloignement géographique distend à la fois les liens organisationnels, en encourageant le conditionnement et l'expédition des fruits sur place, et les liens sociaux puisque les rencontres entre professionnels sont moins fréquentes. Ils commercialisent de manière indépendante, créant des Groupements de Producteurs entre eux. Ils contribuent ainsi à l'augmentation de la concurrence pour l'accès aux marchés d'expédition.

2. De l'expansion à la délocalisation des vergers vers le sud

Les metteurs en marché des différentes régions de production françaises se trouvent désormais en concurrence les uns avec les autres sur le marché d'expédition standard. Peu à peu, le contexte économique change. La production fruitière subit quelques crises de surproduction. Le climat concurrentiel qui en découle conduit les arboriculteurs et les expéditeurs du bassin à chercher plus de compétitivité en s'approvisionnant hors de la Moyenne Vallée du Rhône. On assiste à un basculement : il n'y a plus expansion et dissémination du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône, mais délocalisation des vergers vers le Sud de la France ou de l'Europe.

La délocalisation de la production du bassin de la Moyenne Vallée du Rhône se traduit par un double mouvement spatial. Il y a d'abord rétractation de l'espace productif au sein même de la Moyenne Vallée du Rhône : les vergers se concentrent autour des stations d'expédition et sur les meilleurs terrains le long de la vallée du Rhône. Les pêchers qui étaient présents jusque sur les hauteurs du Cheylard dans la vallée de l'Eyrieux, ou jusqu'à Saillans dans la vallée de la Drôme, disparaissent dès le début des années 1980. Au même moment, il y a expansion des vergers associés aux opérateurs d'expédition de la Moyenne Vallée du Rhône dans les terres du sud de la Drôme, de l'Ardèche, dans le Gard ou dans la plaine de la Crau (Bouches-du-Rhône). Ainsi, les vergers méridionaux viennent compenser les volumes de fruits qui ne sont plus produits dans la Moyenne Vallée du Rhône : il y a bien délocalisation de la production.

A la fin des années 1980 il y a en effet implantation de vergers dans la Crau. Nouvellement irriguée, cette région offre des terres quasiment vierges, autorisant la création de domaines *ex nihilo* permettant des conditions de travail sans comparaison avec les parcellaires morcelés hérités de l'histoire de la Moyenne Vallée du Rhône. Certaines dimensions frôlent le

gigantisme, les plus emblématiques étant celles du domaine de la famille Comte qui atteint le millier d'hectares de verger. Par sa position encore plus méridionale, la Crau permet d'étendre le calendrier de production des pêches-nectarines de juin à septembre. Toutefois, cette région aride n'est pas attractive pour y vivre, et les arboriculteurs ne s'y installent pas au contraire des migrations décrites précédemment vers le sud de la Drôme et de l'Ardèche et vers le Gard. Seules deux structures de conditionnement et d'expédition y sont construites. Plus de 70% des fruits produits dans la Crau « remontent » ainsi dans les stations d'expédition de la vallée du Rhône[157].

Pour satisfaire à l'impératif de rassembler des volumes tout en minimisant les charges, de plus en plus d'opérateurs de la Moyenne Vallée du Rhône s'approvisionnent pour partie en dehors du bassin. Les coopératives investissent dans des domaines pour compléter leurs apports de pêches-nectarines. Après avoir assuré les fonctions de stockage, de conditionnement et de commercialisation, elles développent ainsi une nouvelle fonction, celle de production. Pour donner les exemples les plus significatifs, Lorifruit achète un domaine en 1986 à Seaulces (26) et un en 1992 à Saint-Gilles (Crau). Drôme-Fruit crée des SCEA dans lesquelles elle est actionnaire, ainsi que des producteurs et des privés (le directeur notamment) : 185 ha dans la Crau, un domaine dans les Bouches-du Rhône et 32 ha dans la Drôme. Coopeyrieux détient également des terres exploitées par une SCEA dans la Crau. Outre les coopératives, des producteurs-expéditeurs développent également leur production dans le sud afin d'étoffer leur offre. Dans certains cas, c'est le fils qui s'est installé dans les terres vastes du Midi, et qui commercialise en commun avec l'exploitation du père située dans la Moyenne Vallée du Rhône.

Ces implantations de vergers dans le Sud ont pu être considérées comme une expansion de la production des opérateurs de la Moyenne Vallée du Rhône. Un directeur de coopérative les commente ainsi : « *Finalement, dans la Crau, c'est une zone de production pour les entreprises de la vallée du Rhône.* »[158] Mais dans le contexte de diminution des surfaces de vergers et de la production dans la Moyenne Vallée du Rhône, ces évolutions s'apparentent davantage à de la délocalisation de production. Il s'agit de produire en des espaces favorables, en optimisant le rapport charge/rendement, à l'abri des aléas climatiques, des volumes qui permettront d'assurer les charges élevées des stations d'expédition drômoises et ardéchoises.

Ainsi, la logique issue du modèle productif de production-expédition standardisée a toujours été l'expansion des vergers pour pouvoir poursuivre l'activité d'expédition, quitte à déménager les exploitations, à s'implanter dans le sud de la France ou à compléter les approvisionnements locaux par des apports extérieurs. A l'heure où les surfaces de verger se rétractent dans la Moyenne Vallée du Rhône, cette logique questionne la viabilité du modèle productif dans la Moyenne Vallée du Rhône.

3. Un bassin de production-expédition ou un centre d'expédition ?

Que signifient ces différentes phases d'évolution spatiale pour le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône ? La délocalisation d'une partie de la production annonce-t-elle la fin de la production fruitière dans ce bassin historique ?

[157] Ce chiffre est une estimation apportée par le directeur de Fruit Union SA, qui donne une liste non exhaustive des différents expéditeurs traitant les fruits de la Crau : Drôme Fruit à Livron, un expéditeur de Châteauneuf-sur-Isère, le GIE de Tain-l'Hermitage, Fruit Union, Chanabel, etc. Source : enquête PSDR 2004 et enquête personnelle 2006.

[158] Interview issue des entretiens menés par J. Puypalat, en 2002.

La délocalisation d'une partie de l'approvisionnement, qui consiste à le faire produire dans un espace extérieur à celui de la Moyenne Vallée du Rhône, apparaît être une option incontournable pour les opérateurs de l'expédition pour rester viable dans le marché très concurrentiel. Elle peut se faire de manière formelle et visible comme nous venons de le décrire par l'investissement direct dans des domaines de production. Elle se traduit également par des accords commerciaux entre opérateurs de l'expédition localisés dans différentes régions françaises, ce qui est beaucoup moins facile à identifier.

Le mouvement de délocalisation de la production semble amorcer un phénomène plus vaste pour le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône, une déterritorialisation comparable à ce qui a été décrit par Jean Vaudois dans les bassins endiviers du Nord (2000). Pour améliorer leur compétitivité, les coopératives développent des stratégies qui les insèrent dans les réseaux commerciaux nationaux : alliances hors bassin, fusion des coopératives, diminution du nombre des exploitations locales, etc. Il en résulte un affaiblissement des relations entre les principaux pôles structurants et le territoire qui risque de conduire, toujours selon Jean Vaudois, à la disparition des bassins en tant que « *complexes productifs territoriaux à base locale* » (2000, p.73). Il conclut en annonçant la disparition du bassin de production au profit d'une géographie de réseaux d'entreprises déterritorialisées d'échelle régionale, puis nationale et internationale dans lesquels les relations sont fondées sur la proximité économique sans base territoriale.

La perspective historique et le contexte national dépeints dans ce chapitre permettent d'apporter des éléments pour une réponse plus nuancée. En effet dans cette contextualisation, l'analyse de la dynamique spatiale du bassin de production et des acteurs qui en sont issus révèle deux enseignements fondamentaux pour saisir son fonctionnement : la prédominance de la fonction d'expédition sur celle de production et l'importance de cette ressource organisationnelle et logistique.

Signifier la prédominance de la fonction d'expédition sur celle de production ne remet pas en cause l'interdépendance qui lie ces deux fonctions, exposée dans le chapitre 1. Il s'agit de la préciser. L'historique montre en effet que c'est toujours la fonction d'expédition qui explique les grandes évolutions du bassin, à la fois en ce qui concerne la géographie de la production, les déterminants du modèle productif, et la dynamique de migration des arboriculteurs. De fait, dès les premières plantations dans les pôles rambertois et de l'Eyrieux, puis le long de la vallée du Rhône, l'expansion spatiale de la production a suivi l'expansion des gares d'expédition. De même, les migrations d'arboriculteurs dans les plaines de Donzère et du Gard n'ont pu être possibles que parce que le transport routier permettait de s'éloigner du rail et donc la structuration de nouveaux centres d'expédition. Enfin, dans la Moyenne Vallée du Rhône, c'est la logique issue des impératifs des marchés d'expédition qui explique les délocalisations d'une partie de l'approvisionnement. Des tous premiers vergers commerciaux aux domaines plantés dans la Crau, l'objectif de la production a toujours été l'expédition vers des marchés urbains nationaux et européens. Ainsi, non seulement on peut affirmer que l'arboriculture dans la Moyenne Vallée du Rhône a toujours été un bassin de production destinée à l'expédition et un bassin d'expédition. C'est pourquoi nous l'appelons bassin de production-expédition. Mais en outre, on peut ajouter que la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône ne s'est développée que sous l'impulsion et les opportunités offertes par l'organisation de ce bassin de production-expédition, et en particulier de l'expédition.

Le deuxième enseignement découle du premier. Cette organisation ancienne et structurée de l'expédition constitue une ressource organisationnelle centrale pour l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. Certes il y a délocalisation d'une partie de la production, mais cela permet le maintien des stations d'expédition, structures vitales pour le bassin de

production-expédition. La question réside dans l'articulation entre la fonction d'expédition et celle de production locale. Le bassin de production-expédition de la Moyenne Vallée du Rhône peut-il devenir un centre logistique d'expédition de fruits produits ailleurs ? C'est le cas du Comtat, analysé dans le temps long par Claudine Durbiano (Durbiano, 1997). Elle montre comment ce qui fût un réel système socio-spatial structuré par l'activité de production et de vente de primeurs est aujourd'hui devenu un centre logistique d'import-export de fruits et légumes produits moins chers dans des pays étrangers. La production locale demeure peu rémunératrice faute d'une organisation cohérente face à la demande des marchés d'expédition. De même, Jean Vaudois produit une analyse comparable des filières fleurs et légumes de serre des Pays-Bas (Vaudois, 1987). L'un de leurs atouts réside dans l'ancienneté et l'organisation de leurs réseaux d'expédition alliées à une proximité géographique des grandes villes européennes, ce qui leur confère un avantage comparatif pour l'accès à ces marchés. Il conclut ainsi que les négociants sont les pivots du système, capables s'il le faut de s'approvisionner dans différents lieux alors que les producteurs sont menacés par les productions extérieures plus compétitives. Or, dans la Moyenne Vallée du Rhône, si l'expédition est structurante, elle a été construite en lien avec l'organisation de la production. Il n'est pas évident qu'une des deux fonctions puisse se passer de l'autre.

L'organisation du bassin de production-expédition décrite en 2006 (chapitre 1) est le résultat d'une histoire, d'un modèle de développement choisi et institutionnalisé par le syndicalisme agricole local depuis 1950. Son succès économique se déploie dans un contexte global favorable : politique nationale de modernisation agricole, protection du marché intérieur, consommation croissante de fruits. La logique de production pour l'expédition conduit d'abord à l'expansion géographique du bassin de production, puis, dans les années 1980, le contexte national de plus en plus concurrentiel induit un mouvement de délocalisation de la production vers les espaces méridionaux plus productifs que la Moyenne Vallée du Rhône.

A l'instar des bassins de production endiviers du Nord (Vaudois, 2000), de légumes de serre des Pays-Bas (Vaudois, 1987) ou de primeurs du Comtat (Durbiano, 1997), la Moyenne Vallée du Rhône pourrait-elle devenir un centre logistique de conditionnement et d'expédition de fruits produits ailleurs ? Répondre à cette question nécessite d'analyser comment les articulations existantes entre la production locale et l'expédition sont modifiées par le changement de contexte économique.

Chapitre 3 :
Un bassin de production en tension entre dilution et morcellement territorial (1990-2009)

Les années 1990 marquent le début d'une période de bouleversements structurels pour la filière fruits, qui affectent l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. D'une part, on assiste à l'ouverture du marché européen et à la monté en puissance de la grande distribution. D'autre part, c'est une période d'émergence des démarches de qualité et d'identification de l'origine. Comment le bassin de production évolue-t-il alors que le modèle de production-expédition a été construit dans un contexte bien différent ? Comment les différents opérateurs s'adaptent-ils à cette nouvelle situation ?

Ce chapitre analyse comment les différentes influences de cette période s'exercent sur le bassin de production, ses acteurs et son organisation, par une approche multi-scalaire. Dans une première partie, les effets de l'ouverture du marché européen sur le bassin de la Moyenne Vallée du Rhône sont analysés à l'échelle nationale et européenne. Une seconde partie porte sur les différentes initiatives d'identifications territoriales menées par les arboriculteurs de la Moyenne Vallée du Rhône à différentes échelles locales (administratives ou territoriales). Enfin, la dernière partie analyse comment ces deux tendances se rencontrent à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône.

I. Dilution du bassin de production-expédition dans la filière française : tension centrifuge

Les années 1990 constituent un tournant structurel pour la filière fruits en général et pour la Moyenne Vallée du Rhône en particulier. L'évolution du contexte économique européen (« l'environnement du bassin de production » d'après la définition de Jean Vaudois) se fait en défaveur de la compétitivité de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. En conséquence, les opérateurs du bassin de production-expédition poursuivent leur stratégie d'ouverture, qui se traduit par un effet de dilution pour le bassin.

1. Perte de compétitivité de la Moyenne Vallée du Rhône dans le marché européen

Le véritable basculement pour la filière fruit est symboliquement associé à l'année 1992, campagne pendant laquelle les difficultés du marché sont exacerbées par la grève des routiers. Depuis, les « mauvaises » campagnes se suivent, chacune ayant une explication conjoncturelle différente. Pour exemple, un technicien d'OP rencontré en mai 2006 retrace et analyse ainsi l'historique des dernières campagnes (Figure 17) :

Figure 17: Bilan des saisons de production par un technicien d'OP

1998 : gel donc peu de production ;
1999 : beaucoup de production (contrecoup de 1998), donc prix bas ;
2000 : grêle très importante, de Vienne jusqu'à Tain (50 communes) donc presque 0 récolte pour l'OP ;
2001 : petite production, prix corrects ;
2002 : gros volumes, prix bas ;
2003 : gros gel, 0 production en abricot (sur 800 t. habituelles), 0 production en pêches (sur 300 t. habituelles) ;
2004 : mauvaise année (volumes corrects mais prix bas) sauf en pommes ;
2005 : année très difficile.

Il conclut par un discours très souvent entendu lors des entretiens menés début 2006 : « *Si 2006 est comme 2005, il y a la moitié des producteurs qui va arrêter par ici* ». Cela témoigne du climat de crise et d'incertitude face à l'avenir.

Si les aléas conjoncturels expliquent en partie les mauvais résultats économiques, leur répétition et les années « sans explication », comme 2004 et 2005, montrent qu'il s'agit en réalité des conséquences d'une nouvelle situation structurelle pour la filière fruits française et non de simples crises de conjoncture. Les déterminants de celle-ci se mettent en place dès les années 1980, avec la croissance continue d'une production nationale standardisée, l'ouverture du marché commun et la concentration de la distribution. Leurs effets se font pleinement sentir dans les années 1990, période pendant laquelle la Moyenne Vallée du Rhône est par ailleurs touchée par une crise sanitaire sans précédent, la sharka.

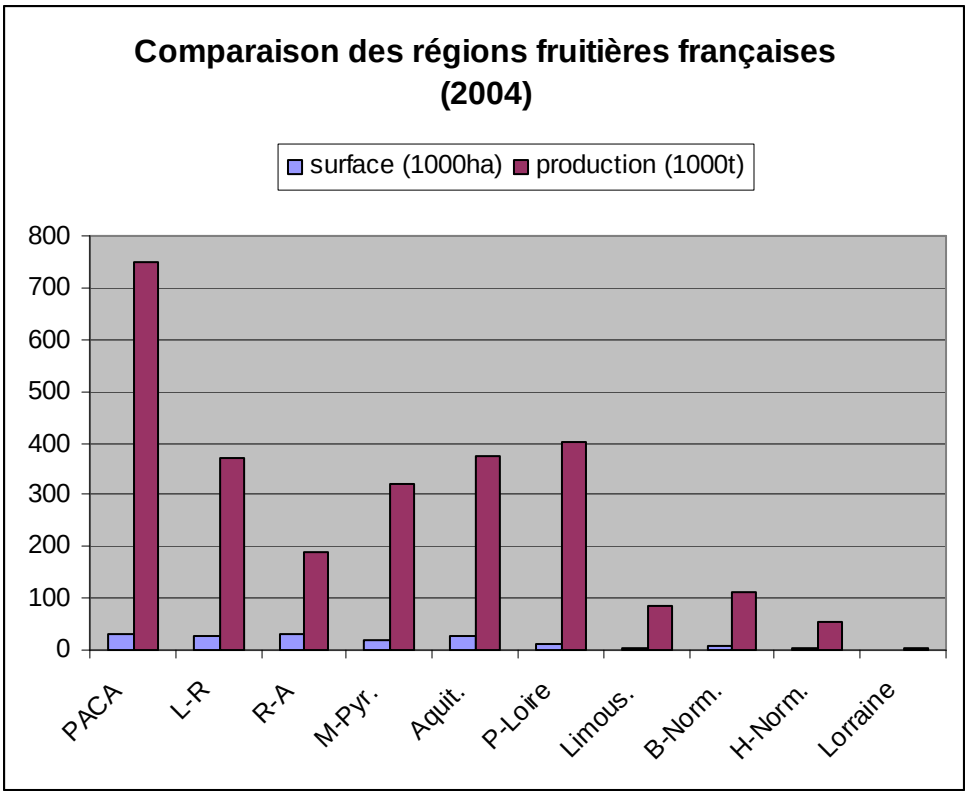
a) Concurrence de la production nationale

Sous l'effet de la modernisation agricole nationale, la géographie fruitière française se modifie, faisant émerger des régions spécialisées dans la production de masse, plus compétitives que la Moyenne Vallée du Rhône.

La comparaison des chiffres des surfaces et des volumes de production est révélatrice. Ainsi en 2004 (Figure 18), si la région Rhône-Alpes est encore le premier verger de France en

surfaces, avec plus de 31 000 ha recensés, elle n'occupe plus que le 5ème rang des volumes produits, derrière les régions PACA, Pays de la Loire, Aquitaine et Languedoc-Roussillon, qui ne comptent pourtant respectivement que 30 000 ha, 11 000 ha, 27 000 ha et 25 500 ha de vergers. Le calcul des volumes de productions moyens par surface placent la région Rhône-Alpes en avant dernière position (6t/ha)[159], juste avant la Lorraine. Cet écart de rendement par rapport aux régions spécialisées dans la production de pommes est lié à la différence de productivité des espèces. La pomme, qui donne un haut rendement, explique les bons niveaux obtenus par les régions concernées : Pays de la Loire[160] (36t/ha), Limousin, Haute et Basse Normandie (entre 16 et 17t/ha).

Figure 18: Comparaison des régions fruitières françaises, 2004.



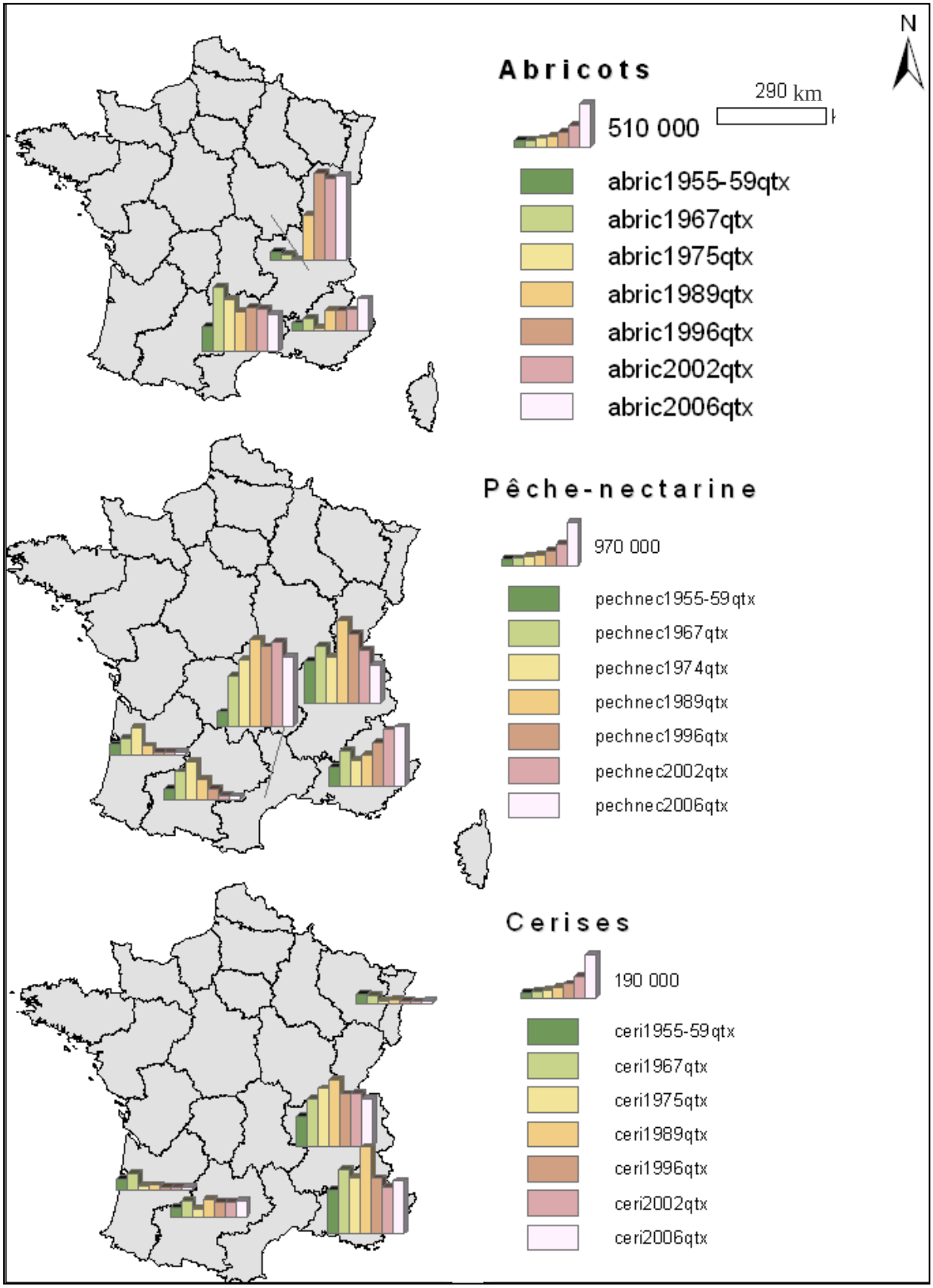
Sources: Données du Ctifl, réalisation C. Praly

Pour expliquer la différence de rendement entre les régions méridionales, toutes productrices des mêmes espèces de fruits d'été, il faut analyser pourquoi les vergers des régions du sud produisent davantage que ceux de la région Rhône-Alpes. En effet, la productivité moyenne des vergers de la région PACA atteint 25 t/ha. Cela s'explique par l'histoire ainsi que par la situation géographique des bassins de production. De fait, l'évolution des volumes de production par région française entre 1955 et 2006 (Figure 19) montre la montée en puissance plus récente mais très rapide de la production de fruits d'été dans les régions méridionales.

[159] Les chiffres donnés ne correspondent qu'à une année : 2004. Etant donnée la forte variation annuelle des volumes de productions fruitières, il ne s'agit pas ici de retenir ni d'expliquer ces chiffres précis, mais bien d'analyser la différence entre plusieurs régions, observées à un même instant t.

[160] Le très haut niveau de rendement moyen s'explique par la forte industrialisation de la production de pommes dans cette région, alors que les trois autres régions évoquées ont conservé une production un peu plus traditionnelle.

Figure 19: Evolution des productions fruitières régionales de 1955 à 2006, par espèce (en 100 kg)



Sources : SCEES et Agreste pour les chiffres de 1989 à 2006, D. Leroux pour les chiffres de 1955 à 1975 (Leroux, 1976). Réalisation C. Praly, 2009.

C'est entre 1959 et 1967 que la Moyenne Vallée du Rhône perd sa position de leader, devancée par les régions PACA et Languedoc-Roussillon. Les exploitations, plus récentes dans ces régions, présentent des structures moins morcelées et des vergers plus vastes (Tableau 16). Au contraire, la Moyenne Vallée du Rhône pâtit de structures d'exploitations plus anciennes, donc plus émiettées, ainsi que de productions plus diversifiées. Certes, la situation septentrionale offre des avantages stratégiques, mais également des limites pour la production. En effet, si la situation pédo-climatique permet de produire toutes les espèces fruitières et d'être le bassin de fruits d'été le plus tardif et le plus proche des agglomérations du nord de la France et de l'Europe, les aléas climatiques constituent en revanche une menace constante. Le gel ou la grêle peuvent anéantir la production certaines années, comme ce fut le cas par le gel en 2003. Et la protection des cultures, que ce soit par la lutte anti-gel[161] ou par l'installation de filets para-grêle, occasionne chaque année des charges supplémentaires aux exploitations de la Moyenne Vallée du Rhône.

Tableau 16: Structure du verger par région (1962-64)

Classe de tailles du verger	0 à 2 ha	2 à 5 ha	5 à 20 ha	> 20 ha
Rhône-Alpes	**51%**	28%	14%	7%
PACA	32%	25%	30%	13%
Languedoc-Roussillon	45%	25%	20%	10%
Aquitaine	41%	16%	26%	17%
Midi-Pyrénées	38%	17%	13%	32%

Source : Dussert 1969

Ainsi la modernisation des vergers qui a eu lieu dans la Moyenne Vallée du Rhône ne compense pas une situation structurelle et géographique moins compétitive que celle des régions du sud de la France.

b) Ouverture du marché européen

Dans le même temps, le climat concurrentiel s'accroît à l'échelle européenne avec l'ouverture progressive du marché commun. Pour la production fruitière française, la concurrence des autres pays producteurs s'exerce non seulement sur le marché intérieur, mais également sur les marchés européens.

L'entrée de l'Espagne dans la CEE en 1985 suivie de l'ouverture des frontières françaises à ses exportations de fruits en 1990 constitue un bouleversement pour la filière nationale et la structuration des marchés. L'arrivée des pêches et des fraises espagnoles sur le marché intérieur est attendue avec appréhension par les producteurs français. Cet évènement est l'objet central d'un numéro « Spécial arboriculture » de l'Association de la Presse Agricole du Sud-Est Centre (APASEC)[162] d'avril 1986. Les organismes d'encadrement de la Moyenne Vallée du Rhône y encouragent les producteurs à se démarquer des pêches espagnoles et italiennes par des produits de meilleure qualité, puisque la compétition par les prix est inégale.

[161] Les arboriculteurs utilisent différentes techniques permettant de limiter les effets du gel lorsque la température ne descend pas en dessous de -3/-4°c : des bougies anti-gel accrochées dans les arbres, des ventilateurs installés dans les vergers, des méthodes d'aspersion.

[162] Ce numéro est conjointement publié par *L'Agriculture Drômoise*, *L'Avenir Agricole de l'Ardèche*, *L'Information Agricole du Rhône*, *Paysans de la Loire*, *Terre Dauphinoise*, à l'occasion de la tenue du 40ème Congrès de la FNPF, les 14 et 15 mai 1986 dans la Drôme.

Pierre Giauque, alors technicien arboricole à la Chambre d'agriculture de la Drôme, dresse le constat suivant : « *Dans le domaine nous nous heurtons à nos partenaires mieux placés que nous sur le plan des charges, de main d'œuvre en particulier (Espagne, sud de l'Italie), ou très structurés en matière de conditionnement et mise en marché d'une production de masse (nord de l'Italie).* » En outre, il souligne que les consommateurs attendent des fruits de bonne qualité et d'un calibre suffisant. Pour cela, il conclut par une injonction à produire « *tout en maintenant nos prix de revient dans des normes raisonnables, produire des fruits de qualité et valoriser cette qualité. Cette stratégie est celle de la sortie par le haut. C'est la plus raisonnable même si elle est plus exigeante. Elle impose un travail soigné aussi bien au verger qu'à la station et l'élimination de toute variété n'atteignant pas le potentiel de qualité requis. Soyons ambitieux et sortons par le haut !* » (Giauque, 1986). Dans ce même numéro, Gilbert Nicaise, technicien arboricole du SUAD de la Loire évoque l'opportunité de l'appellation d'origine pour différencier les fruits. Il propose de faire reconnaître les qualités liées à aux terroirs locaux, notamment les pommes et les poires de Savoie, les pommes du Pilat et les pêches de la Drôme, à l'instar des crus pour les vins (Nicaise, 1986). Ainsi, le début des années 1990 marque la fin du « *productivisme sauvage* », qui consiste à produire de la quantité sans aucune recherche de qualité. Le marché fruitier européen nécessite désormais un « *productivisme raisonné* »[163], c'est-à-dire une production de volumes, tout en maîtrisant les charges, mais de bonne qualité commerciale (selon le barème de la normalisation) pour se différencier de la concurrence extérieure.

En effet, les pays du sud de l'Europe conquièrent des parts dans les marchés d'exportation traditionnellement réservés à la France, comme l'Allemagne (première destination représentant 25,5% de la valeur des exportations françaises[164]) et le Royaume-Uni (10,8%[165]). L'Espagne y exporte des agrumes, des fraises, des pêches et des nectarines à des prix de vente généralement inférieurs aux prix français. La Grèce est le leader de la production de pêches à destination de la transformation. Enfin, la Turquie se positionne parmi les principaux producteurs mondiaux avec plus de 13 millions de tonnes de fruits produites annuellement[166].

Dans le même temps, le marché français s'ouvre aux importations (Figure 20). Si la grande majorité des fruits importés concernent des produits exotiques, 17% sont des kiwi et 13% des fraises (en valeur). L'Espagne est le principal fournisseur, représentant près de la moitié de la valeur des importations françaises. Elle fournit des agrumes, des pêches, des abricots, des fraises, des prunes, des cerises et du raisin. L'Italie est le second fournisseur, notamment pour le raisin de table, les poires, les pêches et le kiwi. Le marché national s'ouvre également à la production mondiale. Les importations de l'hémisphère sud permettent la régularité de l'approvisionnement des étals français. L'Afrique du Sud fournit des poires, l'Argentine des poires, des pêches, des petits fruits, etc. La Nouvelle-Zélande, premier producteur mondial de kiwi, approvisionne également le marché français. Les flux commerciaux tendent à se développer avec les pays asiatiques, en particulier pour les fruits destinés à l'industrie. La Chine est le premier producteur mondial de fruits, et notamment de pommes dont elle assure près de 40% de la production mondiale (24 millions de tonnes produites en Chine en 2002).

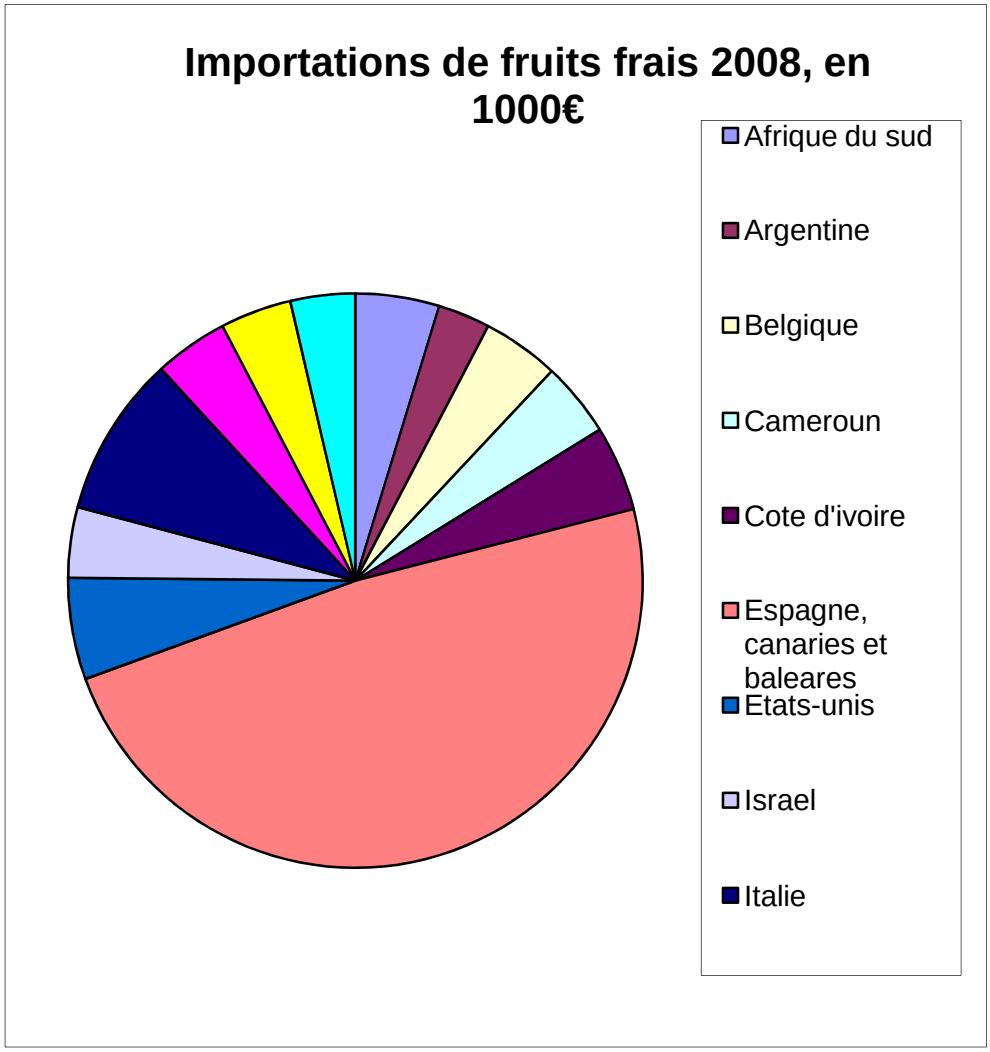
[163] Ces expressions et leurs définitions sont celles proposées par Pierre Giauque, ingénieur du CTIFL détaché à la SEFRA, spécialiste de la production fruitière et notamment de la pêche. Il constate par ailleurs, lors de notre entretien mené en 2006, que les arboriculteurs qui se sortent le mieux de la situation actuelle sont ceux qui pratiquent le « productivisme raisonné », atteignant des rendements de plus de 35 t de pêches commercialisées par hectare.

[164] Chiffres de la campagne 2001, issus des Douanes françaises, analysées par l'INRA (Jeannequin et al., 2004).

[165] Idem.

[166] Source : DREE, 2003, mentionné par l'INRA (Jeannequin et al., 2004).

Figure 20: Importations françaises de fruits par pays fournisseur en 2008

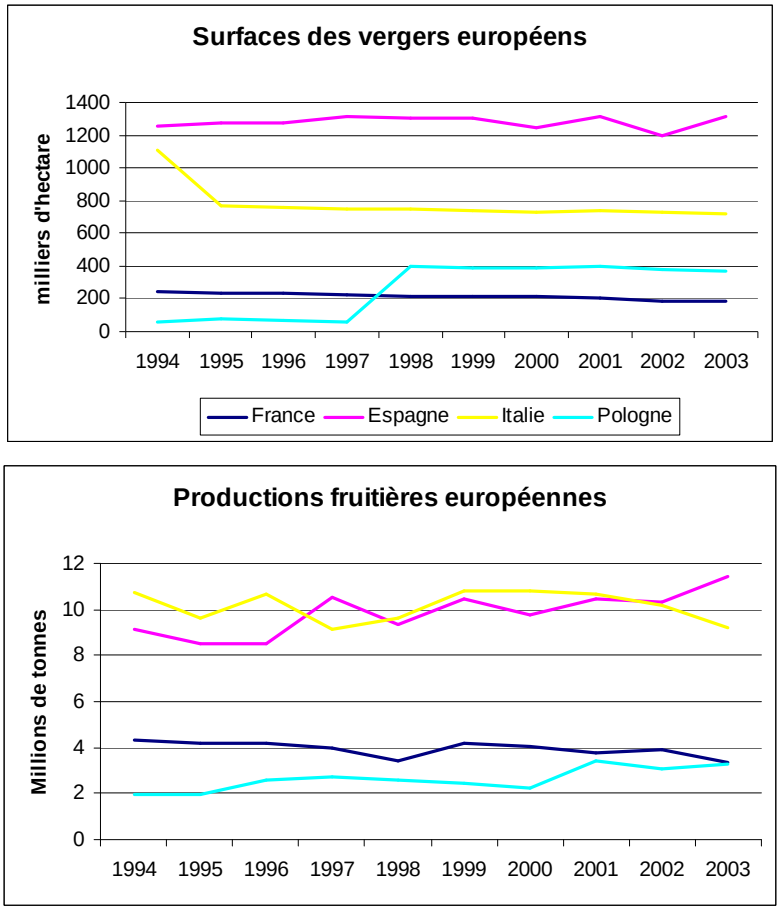


Sources : douanes françaises, CTIFL. Réalisation C. Praly

Dans ce contexte de plus en plus concurrentiel, la France ne cesse de perdre des surfaces et des volumes de productions fruitières (Figure 21). Entre 1994 et 2003 les surfaces de vergers diminuent de 61 000 ha (- 25%) et la production perd 975 000 t (- 22,5%). Elle demeure cependant le troisième producteur européen de fruits, loin derrière l'Italie et l'Espagne, et se place dans les dix producteurs mondiaux. Elle est également le troisième exportateur européen de fruits et légumes frais, toujours derrière l'Italie et l'Espagne[167].

[167] Avec 1,4 millions de tonnes de fruits frais exportés en 2006 (sources Douanes françaises).

Figure 21: Evolution des productions fruitières des principaux pays producteurs européens



Sources : données CTIFL, réalisation C. Praly

Finalement, la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône est peu compétitive sur ce marché mondialisé, principalement parce que les charges de production françaises sont plus élevées que dans les pays à faible coût de main d'œuvre.

c) Concentration de l'aval : le pouvoir des centrales d'achat

Le développement des centrales d'achat des enseignes de la grande distribution (GD), et leur part croissante dans la distribution des fruits frais entraînent une concentration sans précédent de l'aval de la filière, qui détruit un grand nombre d'opérateurs traditionnels de première et seconde mise en marché.

L'évolution du poids de la grande distribution et de son organisation en centrales d'achat dans la filière fruits, comme dans le reste du système agro-alimentaire français, est spectaculaire. En 1985, la distribution par les « libres-services intégrés » représentait 25,5% de la distribution de fruits française (Pierre, 1989). Pour 2006, le CTIFL évalue la part de la distribution française de fruits et légumes frais assurée par les GMS à 72,4%, dont 83,9% des approvisionnements proviennent des centrales d'achat, le reste venant de grossistes et de producteurs-expéditeurs (Hutin, 2007). Quelques grands groupes concentrent les fonctions d'achat, de stockage, de logistique (ce qui correspond à la seconde mise en marché) et de distribution de près des trois-quarts des fruits consommés en France (Carrefour, Auchan, Leclerc, Système U et Intermarché). Pour leur approvisionnement, les centrales mettent en concurrence presque quotidiennement une multitude de fournisseurs de différents pays qui

pratiquent la politique du moins-disant[168] pour accéder à ces marchés. L'argumentation commerciale des offreurs s'appuie également sur les garanties apportées avec les fruits livrés : bonne tenue des fruits, certifications, application du cahier des charges du distributeur. Dans ce contexte, les producteurs français sont obligés d'aligner leurs prix sur ceux de la concurrence étrangère ou de proposer une qualité normative particulière. En effet, pour les acheteurs le fait que les fruits soient d'origine France ne justifie pas un prix d'achat supérieur. Ainsi, les GMS, entendues comme l'ensemble des magasins en libre service (hypermarchés, supermarchés, supérettes et hard-discount) et leurs centrales d'achat, sont les opérateurs pilotes de la filière fruits (Durbiano, 1997; Jeannequin et al., 2004). Ce sont également ceux qui prélèvent la plus grosse part de la marge commerciale de la distribution des fruits : 9,5% par les centrales d'achats et 40% par la distribution non spécialisée (l'ensemble constituant le système des GMS) contre seulement 15,3% par l'ensemble des producteurs et des opérateurs de l'expédition[169].

Face à cet aval concentré, le nombre d'opérateurs intermédiaires se restreint. Les centrales ont tendance à travailler directement avec la « production » : les producteurs-expéditeurs, les coopératives ou les OP capables de rassembler un volume suffisant. Elles court-circuitent les opérateurs « traditionnels » que sont les expéditeurs privés et les grossistes, réduisant d'autant leurs marges de manœuvre commerciales. Durant les années 1990, la rentabilité moyenne de l'activité d'expédition et de gros baisse légèrement, à cause de l'augmentation des charges (main d'œuvre, transport) et de la stagnation des prix et de la consommation des fruits (Cavard et Renault, 2009). Ainsi, le nombre d'entreprises de ces deux métiers diminue[170], ce qui menace de disparition un corps de métier de spécialistes, fins connaisseurs des fruits, de leurs qualités, et des spécificités pouvant être liées aux bassins de production. Les entreprises restantes développent deux grands types de stratégies pour atteindre des marchés peu concurrencés par les GMS. Une partie s'oriente vers des marchés très spécialisés, pour lesquels leurs savoir-faire sont nécessaires, pour la restauration hors foyer par exemple. Une autre partie s'est organisée en grands groupes de négoce d'échelle internationale. Ces groupes ou réseaux d'entreprises intègrent les multiples fonctions d'importateurs, d'expéditeurs et de grossistes, et disposent de bureaux dans les grandes places européennes. Le premier d'entre eux est Pomona, qui dégage un chiffre d'affaires total de 2,6 milliards d'euros en 2009[171]. Pour ces opérateurs, « *l'espace-monde est le champ d'investigation et de prospection pour l'approvisionnement des centrales d'achat et de leurs plateformes logistiques. Les premiers critères d'achat sont le prix et la qualité. […] Les modifications des structures du négoce et de la distribution s'ajoutent à la libéralisation des échanges pour renforcer les concurrences.* » (Durbiano, 1997, p.162).

Ainsi au sein de la filière s'installe un rapport de forces dominé par la grande distribution qui nivelle les prix par le bas en mettant en concurrence les productions françaises et celles des autres pays. Les effets de la concentration de l'aval s'exercent non seulement sur les producteurs et leurs organisations qui voient diminuer leur rentabilité, mais elle déstructure également l'organisation et les savoir-faire de la filière « traditionnelle » en concurrençant les expéditeurs et les grossistes.

[168] Pratique commerciale qui consiste à proposer un prix inférieur à ceux demandés par les offres concurrentes. Le fonctionnement de la commercialisation avec les centrales d'achats est issu de nos enquêtes personnelles, 2006.

[169] Hutin, 2007.

[170] Entre 1999 et 2008, le nombre de grossistes en France passe de 1 383 à 1 149 (Cavard et Renault, 2009, p.52).

[171] Source : www.pomona.fr, consulté le 7 mai 2010.

d) La crise de la sharka en Moyenne Vallée du Rhône et la perte de confiance en l'avenir

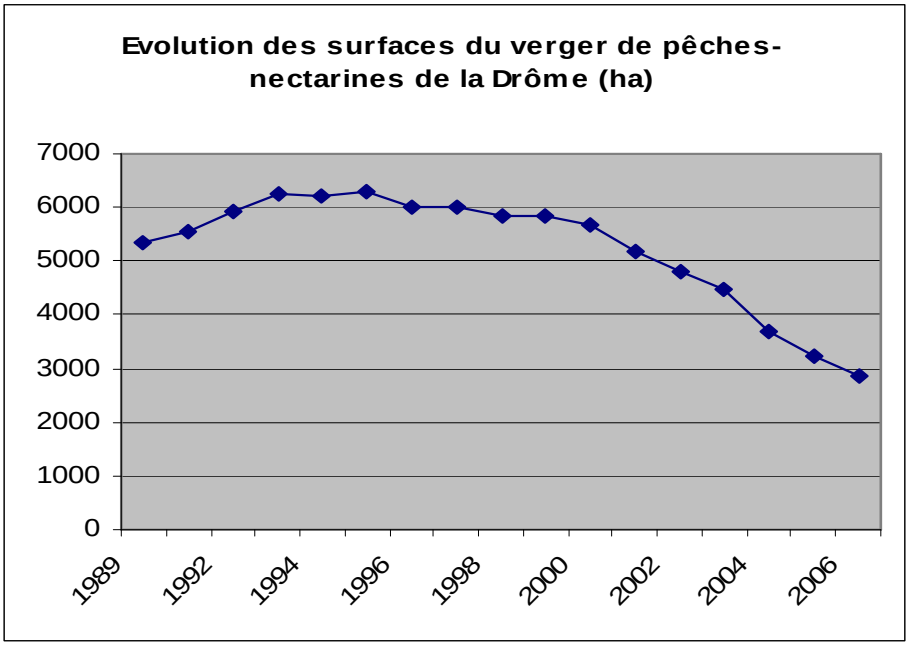
Dans le même temps la Moyenne Vallée du Rhône est touchée par une crise sanitaire sans précédent, celle de la sharka. Ce virus, affectant les pêchers de la Drôme depuis plus de dix ans, s'est développé sans qu'aucun moyen curatif n'ait pu être trouvé. Il se propage d'arbre en arbre et de verger en verger par le biais de pucerons. Aujourd'hui, l'ensemble de l'espace allant de Loriol au Sud à Chanas au Nord est touché, avec des foyers plus importants dans certains secteurs géographiques. Le plus ancien et le plus important est celui de la plaine de Châteauneuf-sur-Isère, commune fortement spécialisée dans la production de pêches, où des centaines d'hectares ont été arrachés ces dernières années. D'autres foyers correspondent aux espaces où les pêchers sont concentrés : plaine de Saint-Rambert-d'Albon et plaine entre Loriol et Livron.

La seule méthode de lutte est préventive. Elle consiste à effectuer des prospections systématiques dans les vergers et à arracher et brûler les arbres atteints. Différentes mesures politiques ont été prises, fixant des seuils de proportion d'arbres atteints entraînant l'arrachage obligatoire de la parcelle. Des indemnisations ont été mises en place pour compenser un peu les arrachages, toujours contestées par les syndicats agricoles parce que trop faibles. Aujourd'hui, pour y avoir droit, les arboriculteurs doivent, en contrepartie, s'engager à ne pas replanter de *prunus* sur la même parcelle.

Les difficultés économiques et la sharka ont contribué à une forte diminution des surfaces de vergers de pêchers dans le département de la Drôme : en quelques années la culture qui avait fait la gloire départementale a été divisée par deux (Figure 22). Plus que le potentiel de production, ce sont les perspectives d'avenir et la confiance des arboriculteurs en leur métier qui sont affectées par cette situation difficile et conflictuelle. Les prospections dans les vergers ont été rendues obligatoires pour les campagnes 2006 et 2007, devant être réalisées soit par des groupes d'arboriculteurs volontaires, soit par les services agricoles départementaux (FDGEDON[172]). Devant le refus des arboriculteurs, certaines exploitations ont dû être visitées presque par la force, avec l'appui des gendarmes. Par ailleurs, à cause de l'interdiction de replanter des *prunus* après les arrachages, des exploitations conservent des parcelles nues, en jachère. Il n'est en effet pas évident d'installer d'autres productions sur les terrains caillouteux et draînants favorables aux pêchers. Les producteurs se déclarent démunis et sans perspectives. La belle émulation qui avait existé entre la station de l'INRA de Gotheron et les arboriculteurs a été rompue par la sharka. L'INRA est accusé par nombre de producteurs d'être à l'origine de la diffusion du virus, qui aurait été importé avec du matériel végétal, et qui aurait infesté la plaine de Valence.

[172] Fédération Départementale des Groupements de Défense contre les Organismes Nuisibles.

Figure 22: Surfaces du verger de pêches-nectarines de la Drôme.



Sources: SCEES, Ctifl, Agreste Rhône-Alpes, élaboration C. Praly.

En définitive, l'évolution qui touche la filière, par l'internationalisation des échanges et la pression concurrentielle exercée par une distribution extrêmement concentrée entraîne une baisse tendancielle des prix des fruits, constamment nivelés vers le bas sur les circuits d'expédition. La Moyenne Vallée du Rhône est mal placée sur ces marchés, avec des coûts de production qui sont supérieurs à ceux des pays à faible coût de main d'œuvre et avec une diminution du potentiel productif du fait de la sharka. Le plus grave pour ce bassin, mais le plus difficile à mesurer, est la crise de confiance qui s'est instaurée : les arboriculteurs semblent découragés et sans perspectives. Dans ce nouveau contexte, le bassin de production-expédition de la Moyenne Vallée du Rhône n'est plus compétitif. Son existence institutionnelle et commerciale se délite peu à peu.

2. Un bassin de production-expédition dilué dans la filière nationale

Pour faire face à cette nouvelle situation structurelle, l'organisation économique de la filière ainsi que les opérateurs de l'expédition s'engagent dans une recherche constante de compétitivité. Celle-ci les conduit à développer des organisations et des stratégies à une échelle qui dépasse de plus en plus celle de la Moyenne Vallée du Rhône.

a) Une « déterritorialisation » de l'organisation de la filière

Devant les fortes difficultés économiques qui affectent les filières fruits et légumes européennes, la première OCM de 1962 est réformée en 1996[173] puis en 2007[174], poursuivant

[173] Pour une description détaillée du contenu de celle-ci se reporter au chapitre 1.

[174] Le règlement adopté le 12 juin 2007 confirme la libéralisation du marché, avec la suppression des restitutions à l'exportation, et responsabilise davantage encore les OP. L'objectif est toujours d'encourager les producteurs à adhérer à une OP. Pour cela, la part des aides qui leur est allouée est augmentée, et les règles de fonctionnent

toujours l'objectif d'organisation de l'offre au niveau de la première mise en marché. L'analyse des mesures prises successivement ainsi que de leurs conséquences sur le bassin de production montre comment elles contribuent à sa déterritorialisation. Cela est lié à un double phénomène.

La succession des OCM révèle un élargissement progressif des échelles des Bassins Economiques : les douze Bassins Economiques de 1962, calqués sur les régions administratives, sont fondus en huit Comités de Bassin en 1996 (cf Figure 9 dans le chapitre 1). Ces bassins à grandes échelles ne rencontrent pas toujours l'adhésion des producteurs, soit parce qu'attachés à des identités plus régionales, soit au contraire parce qu'investis dans des partenariats interrégionaux dépassant les limites administratives. C'est le cas en Moyenne Vallée du Rhône, où cette réforme est globalement mal reçue. L'échelle du Bassin Rhône-Méditerranée (BRM) dans lequel est intégré le Comité Economique Rhône-Alpes est fortement contestée[175]. Les arguments avancés sont nombreux, parfois objectifs, parfois motivés par des enjeux de politique sectorielle : échelle trop vaste, rassemblant des bassins historiquement concurrents (comme Rhône-Alpes et Languedoc-Roussillon), regroupant des logiques de fonctionnement incompatibles (la coopération en Rhône-Alpes, l'entreprise individuelle dans le Sud). Ainsi, le BRM ne parvient pas à assurer pleinement son rôle stratégique, si ce n'est centraliser l'information provenant des OP. La Moyenne Vallée du Rhône se trouve désormais intégrée à un Bassin administratif dans lequel elle ne représente presque qu'une marge (Figure 18), perdant de son pouvoir institutionnel.

Mais cette situation ne dure guère, puisque l'OCM de 2007 supprime les Comités de Bassin, jugés inefficaces. En revanche, cette nouvelle OCM crée le statut d'Association d'OP par produit, pour permettre aux OP qui commercialisent un même produit de se fédérer afin de mutualiser leurs moyens quant à sa mise en marché. Une Association d'OP (AOP) est ainsi une organisation de compétence nationale pour une espèce, à laquelle l'adhésion n'est pas obligatoire. Les OP, qui traitent le plus souvent plusieurs espèces, peuvent si elles le souhaitent adhérer à plusieurs AOP, correspondant à chacune de leurs espèces[176]. Ainsi, cette dernière réforme élimine définitivement les bases géographiques de l'organisation économique de la filière. Sa régulation est nationale et par produit. Ni l'échelle du BRM, ni celle de Rhône-Alpes et encore moins celle de la Moyenne Vallée du Rhône, n'ont désormais d'existence au niveau de la nouvelle structuration économique.

Cette évolution organisationnelle se traduit par une perte d'existence commerciale de ces dénominations géographiques. Les étiquettes normalisées imposées par l'OCM de 1962 doivent mentionner une origine géographique déterminée par l'organisation économique de la filière. Ainsi, les dénominations indiquées ont évolué au fil des réformes des Bassins Economiques : « Moyenne Vallée du Rhône » entre 1967 et 1972, « Rhône-Alpes » de 1972 à 1996, « Bassin Rhône Méditerranée » de 1997 à 2009, puis « France » voire même « CEE » depuis 2009. Evoquer les fruits « de la Moyenne Vallée du Rhône » ne fait donc plus sens aujourd'hui pour les opérateurs économiques, excepté pour les plus anciens acteurs de la filière.

---

sont simplifiées. Par ailleurs, la mise en place d'une clause de conditionnalité incite davantage le développement de mesures environnementales dans les OP. Enfin, il est prévu que l'UE contribue à hauteur de 50% aux mesures de gestion de crise, qui pourront être prises et gérées par les OP : récolte en vert, non-récolte, promotion, commercialisation et assurance récolte (2007).

[175] Sources : enquête du programme PSDR réalisées par Jean Puypalat en 2002, et enquête personnelle, 2006.

[176] Dans les faits, cela pose des problèmes : adhérer à plusieurs AOP signifie non seulement payer plusieurs cotisations, mais également assurer la représentation de l'OP au sein de l'AOP, ce qui demande la présence des producteurs à des réunions, parfois lointaines. Les OP n'ont donc pas toujours les ressources nécessaires pour assurer plusieurs adhésions.

L'effacement des bases territoriales des Bassins Economiques se double d'un désengagement croissant des producteurs, qui quittent l'organisation économique. Ce désengagement est le fait, d'abord, de la diminution progressive du nombre de GP puis d'OP. En 1975, la région Rhône-Alpes comptait 40 GP dont la majorité située dans la Moyenne Vallée du Rhône (Leroux, 1976). La réforme de l'OCM de 1996, visant pourtant à l'organisation de l'offre, contribue au contraire à son délitement. Certains GP ne parvenant pas à obtenir la reconnaissance d'OP (parce que refusant la centralisation des factures par exemple) préfèrent se dissoudre. Par ailleurs, l'accès au retrait constituait l'une des principales motivations d'adhésion des producteurs aux GP : sa suppression en 1996 entraîne nombre de producteurs à contester le coût de l'adhésion au BRM, qu'ils jugent désormais inutile. Ainsi en 2006, on ne compte plus que 17 OP dans la Moyenne Vallée du Rhône[177]. Non seulement le nombre d'OP diminue, mais également la proportion de producteurs et de volumes qu'elles rassemblent : environ 50% du bassin en 2006[178]. Ce taux est également faible à l'échelle nationale, puisqu'en 2002, seulement 45,6% des producteurs de fruits et légumes français étaient membres d'une OP (C., 2004). En ce qui concerne l'influence de l'OCM de 2007 sur le taux d'adhésion des producteurs à l'organisation économique, il est encore tôt pour tirer des conclusions. Toutefois, les premières observations[179] montrent une tendance à la division au sein de l'organisation institutionnelle de la filière, entre des OP qui s'impliquent dans les AOP par produits, et les autres. De fait, quelques importantes OP, bien organisées et déjà insérées dans les réseaux nationaux, sont en train de constituer les premières AOP par produits (création de l'AOP pêche et de l'AOP abricot en 2009). Mais de nombreuses petites OP n'adhèrent à aucune AOP par produit, ne se reconnaissant pas dans une organisation d'ampleur nationale. Parallèlement, malgré la disparition du statut public du Bassin Economique Rhône-Méditerranée, certaines OP ont souhaité maintenir la structure, ses employés et certains de ses services (conseils juridiques et économiques, appui à la constitution de Programmes Opérationnels, etc.). Elles ont donc créé une Association d'OP dite « de services », relevant du droit privé et appelée « BRM » pour conserver le nom déjà connu. Sur la centaine d'OP qui adhéraient à l'ancien BRM, seule une trentaine adhère aujourd'hui au nouveau BRM. Ce sont essentiellement les OP libres, principalement localisées dans les régions PACA et Languedoc-Roussillon[180]. Les OP coopératives, plus nombreuses dans la Moyenne Vallée du Rhône, disposent déjà des mêmes types de services via leur propre fédération[181]. Elles n'adhèrent donc plus au BRM. Enfin, rien ne porte à croire que les autres producteurs, qui étaient déjà en marge de l'organisation économique, vont y adhérer. Finalement, on distingue aujourd'hui non seulement les producteurs non organisés des producteurs organisés, mais au sein de ces derniers, il faut également distinguer les OP qui adhèrent à une AOP de celles qui ne le font pas.

[177] Ce mouvement n'est pas uniquement lié à la sortie des producteurs de l'organisation économique, il est également le reflet de la diminution du nombre d'exploitants et de la concentration générale des structures d'opérateurs de la filière (exploitations fruitières, coopératives, OP, expéditeurs).

[178] Ce chiffre nous a été donné par l'animateur de l'antenne de Valence du BRM. Il estime qu'environ 50% des arboriculteurs adhèrent à l'organisation économique, et qu'ils représentent environ 50% des volumes produits. Ces proportions sont variables selon les espèces. Par exemple, les volumes de pêches et de pommes passant par des OP sont supérieurs à 50%, ce qui est à relier à la politique des retraits qui était en vigueur sur ces deux espèces de fruits.

[179] Source : enquête auprès d'un agent du BRM, Avignon, septembre 2009.

[180] Dans la Moyenne Vallée du Rhône, seules cinq OP adhèrent au nouveau BRM sur les dix OP existantes en septembre 2009, et quatre d'entre elles sont des OP libres.

[181] La FELCOOP : fédération des coopératives de fruits et légumes.

Ainsi les bases géographiques et territoriales de l'organisation économique sont peu à peu diluées, puis effacées par les réformes de l'OCM. Il n'y a plus d'existence institutionnelle ni commerciale reconnue de l'entité Moyenne Vallée du Rhône. L'organisation économique s'éloigne des producteurs locaux, puisque moins de la moitié d'entre eux y adhère encore. Cela correspond à un mouvement de « déterritorialisation » du système d'encadrement du bassin de la Moyenne Vallée du Rhône (Vaudois, 2000), mouvement qui s'applique aussi aux opérateurs de l'expédition.

b) Des stations d'expédition qui s'inscrivent dans la filière nationale

Les modifications profondes impulsées par l'ouverture du marché et la déterritorialisation de l'organisation de la filière se traduisent dans la Moyenne Vallée du Rhône par une évolution constante de la filière. Au cours des quatre années de recherche, la situation observée n'a cessé de se modifier. Après avoir présenté l'état de la filière du bassin telle que nous l'avons découvert en 2006 (chapitre 1), faire le bilan de son évolution à l'heure où nous terminons la rédaction (2009) permet de mesurer l'impact de ces changements structurels. La perte de compétitivité des opérateurs de la Moyenne Vallée du Rhône pour les marchés d'expédition ainsi que les dernières réformes de l'OCM, qui contribuent à la libéralisation du marché[182], entraînent deux grandes tendances pour les expéditeurs.

La première est une concentration progressive de la fonction d'expédition par quelques opérateurs de la Moyenne Vallée du Rhône, représentée dans le tableau suivant (Tableau 17). La baisse de leur rentabilité entraîne la fermeture pure et simple de certaines stations et, plus souvent, leur rachat ou absorption par des opérateurs un peu plus solides.

L'évolution n'est pas la même selon le type d'expéditeur concerné. Les expéditeurs privés se maintiennent bien sur la période[183]. Un seul rachat est dénombré : celui de l'établissement Métral Fruit par le Comptoir Rhodanien. En conséquence, c'est ce dernier qui assure la commercialisation d'une partie des fruits de l'OP libre Isérine, qui était conventionnée avec Métral Fruit.

La forte diminution du nombre des OP libres traduit davantage un abandon du statut d'OP qu'une fermeture des stations. En effet, les producteurs qui adhéraient à ces OP poursuivent soit leur propre activité de production-expédition, soit leurs partenariats commerciaux avec les négociants qui étaient conventionnés avec l'OP.

[182] En 1996, la suppression de la politique des retraits, sans autre outil de régulation des marchés, ni de gestion des crises, a conduit à une libéralisation encore plus grande. La réforme de 2007 laisse les OP ou les AOP mettre en œuvre des mesures de gestion de crise (récolte en vert, non récolte, promotion, commercialisation et assurance récolte), co-financées à 50% par l'Europe.

[183] C'est pourquoi ils ne figurent pas dans le tableau.

Tableau 17: Evolution des opérateurs de l'expédition du bassin entre 2002, 2006 et 2009

Type d'expé-diteur	2002		2006		2009	
	Opérateurs	Alliances commerciales	Opérateurs	Alliances commerciales	Opérateurs	Alliances commerciales
OP Libre	Vergers St-Joseph	Verger Val'Doux, Desbos SARL				
	Valrhofruit	C.Rhodanien	Valrhofruit	Comptoir Rhodanien		
	Iserine	Metral Fruits	Iserine	Metral Fruits	Isérine*	Comptoir Rhodanien
	Fruitiers Dauphinois		Fruitiers Dauphinois		Fruitiers Dauphinois*	
	Dollon-Valloire	Lhorme, Bornand	Dollon-Valloire	Lhorme		
	GDV		GDV			
	GAMOVAR		GAMOVAR			
	Vergers de Valence		Vergers de Valence			
	Alpes Coccinelle		Alpes Coccinelle		Alpes Coccinelle*	
	Bio Sud Est	Agribiodrôm				
	Fruval		Fruval		Fruval*	
total	11		9		4	
OP Coopérative	Valsoleil	GIE Valleyrieux	Valsoleil	GIE Valleyrieux	Valsoleil	
	Coopeyrieux		Coopeyrieux			
	FruitCoop	Club Fraîcheur	FruitCoop			
	SCAF					
	Rhodacoop		Rhodacoop		Rhodacoop	
	Chanabel		Chanabel		Chanabel*	
	Lorifruit	Fruit Union SA	Lorifruit	Fruit Union SA	Lorifruit	
	Drôme Fruit		Drôme Fruit		Drôme Fruit**	Fruit Union SA
	Hermitage-Basse-Hisère		Hermitage-Basse-Isère		Hermitage-Basse-Isère	
total	9		8		6	

** : OP adhérentes au nouveau BRM (AOP de services) en 2009.* *** : OP déclarée en dépôt de bilan en novembre 2009, aucun repreneur ne s'est officiellement déclaré.*

Source : enquêtes PSDR (Puypalat 2002) et enquêtes personnelles en 2006 et 2009.

Ce sont les OP coopératives qui présentent le plus fort phénomène de concentration. Il se joue d'abord au niveau des structures, et surtout en Ardèche. En 2006, la SCAF (coopérative de Tournon) et FruitCoop (coopérative de Saint-Peray) qui avaient un bureau commercial commun (Club Fraîcheur) sont respectivement absorbées par Rhodacoop[184] et par Coopeyrieux. Finalement, en 2009, Coopeyrieux est elle-même rachetée par Rhodacoop. Dans ce cas, l'utilisation des stations d'expédition est optimisée : les stations éloignées sont maintenues, pour permettre les livraisons quotidiennes des producteurs alors que les stations proches sont spécialisées en fonction de leurs dimensions et de leurs équipements pour travailler tel ou tel type de fruits. Le second niveau de concentration concerne la fonction de commercialisation. Fruit Union SA noue des accords commerciaux avec le GIE Hermitage-Basse-Isère. Ainsi, le regroupement commercial entre opérateurs d'expédition décrit dans le chapitre 1 se poursuit.

Pour maintenir leur rentabilité, les opérateurs restant ont besoin d'augmenter les volumes traités et de conserver leurs marchés d'expédition. Ils continuent leur recherche d'approvisionnements et de réseaux commerciaux à l'extérieur de la Moyenne Vallée du Rhône. Ceci constitue la seconde tendance de fond. Ainsi, en 2008, deux directeurs d'OP coopératives parmi les plus solides, le GIE Hermitage-Basse-Isère et Rhodacoop[185], expliquent la nécessité de développer l'approvisionnement dans le sud de la France, pour compenser la diminution de la production locale et couvrir l'augmentation régulière des charges de structure[186]. En outre, les espaces du Sud de la Drôme et de l'Ardèche (Tricastin, Bourg-Saint-Andéol), du Gard et des Bouches-du-Rhône présentent l'avantage d'être exempts de sharka. C'est pourquoi un groupe d'administrateurs du GIE Hermitage-Basse-Isère a investi en 2007 dans un domaine de production dans le sud de la Drôme. Les 40 ha en production et le potentiel de plantation de 100 ha de pêches-neactarines et d'abricots devraient compenser les arrachages dus à la maladie. La coopérative Chanabel a, quant à elle, opté pour la délocalisation des productions de fruits à noyaux. L'essentiel de ses volumes proviennent de la Crau, des Costières de Nîmes et de Tunisie, où les coûts de production sont très avantageux. La production locale fournit les fruits à pépins.

Le développement des réseaux commerciaux interrégionaux est également une stratégie des expéditeurs. Fruit Union SA s'est associée à d'autres OP du sud de la France pour créer début 2009 l'AOP pêche-nectarine, dont le directeur est celui de l'union drômoise. Pendant la campagne 2009, cette AOP produit a mené une campagne de communication sur les pêches-nectarines françaises auprès du grand public. Des encarts publicitaires ont été financés dans les grands journaux pour inciter les Français à préférer l'origine France.

Le développement continu d'un approvisionnement extérieur à la Moyenne Vallée du Rhône ainsi que l'insertion dans les réseaux commerciaux nationaux élargit de plus en plus l'échelle d'action des opérateurs de l'expédition. Le double phénomène de concentration de ces opérateurs dont l'échelle d'action s'étend induit un effet de dilution du bassin de la Moyenne Vallée du Rhône dans la filière nationale d'expédition.

Entre 1990 et 2009, le bassin de production-expédition de la Moyenne Vallée du Rhône perd sa compétitivité économique pour les marchés d'expédition, son identité commerciale, et

[184] Notons qu'en 2002 Rhodacoop avait également absorbé la coopérative Rambert Fruit, de Saint-Rambert-d'Albon.

[185] Enquête personnelle, février 2008.

[186] L'idée exposée par l'un d'eux est de pouvoir augmenter les volumes au même rythme que les charges. Les charges augmentent de 3%/an, il souhaiterait donc pouvoir augmenter les volumes de 3%/an (entretien personnel, février 2008).

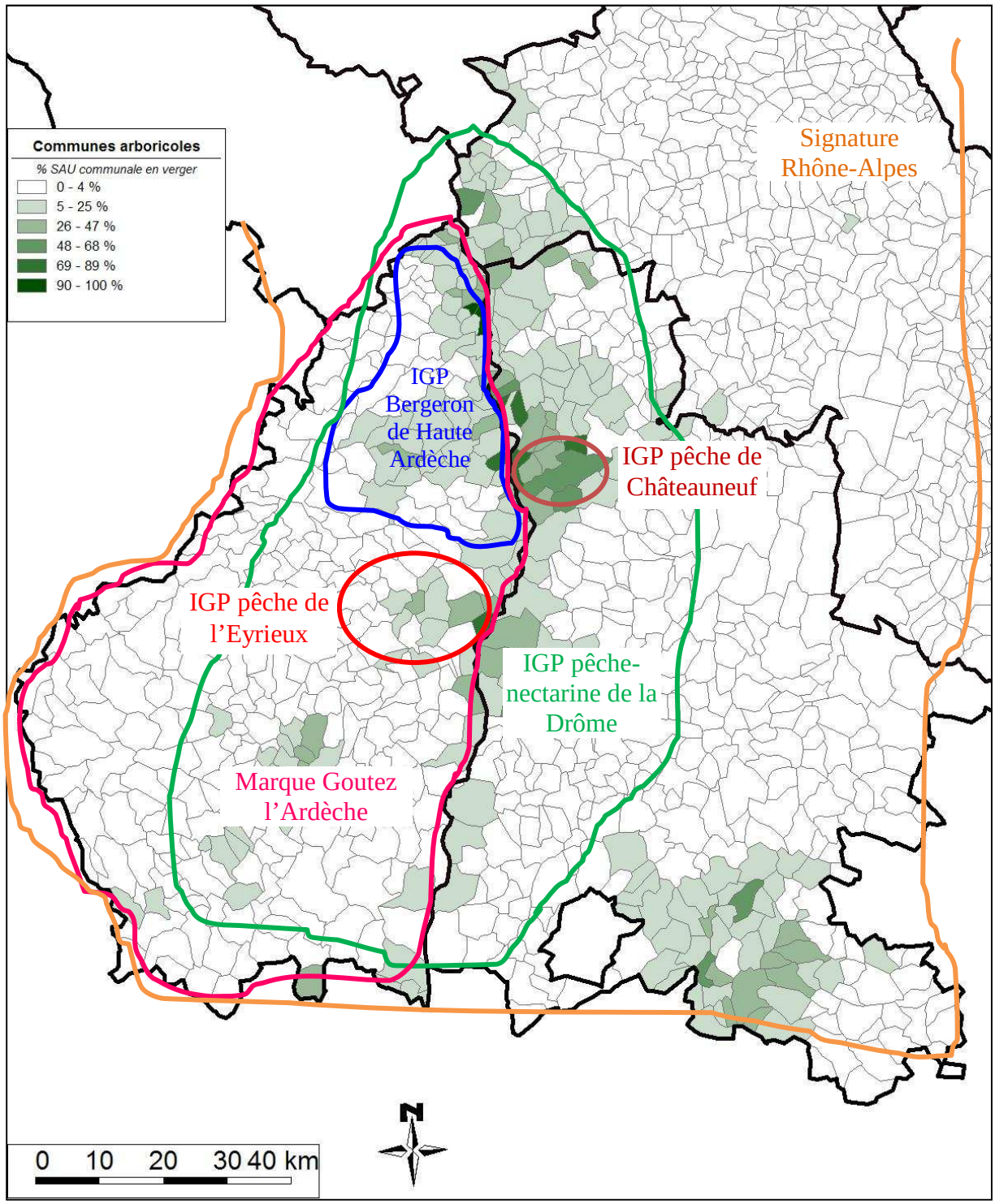
l'organisation économique rompt définitivement avec ses bases territoriales. La force centrifuge exercée par le nouveau contexte politico-économique sur les principaux opérateurs de l'expédition conduit à la dilution du bassin dans une filière sectorielle (par produit), a-spatiale, d'ampleur nationale. Le modèle productif de production-expédition tel que nous l'avons décrit dans le chapitre 1 n'est plus viable dans les limites de la Moyenne Vallée du Rhône. Les opérateurs de l'expédition, qui s'y réfèrent, sont en effet obligés d'élargir l'échelle, de confondre la production du bassin avec celle du reste de la France. Mais si certains producteurs participent de ce mouvement, en investissant dans des domaines méridionaux, d'autres entendent en revanche défendre leurs spécificités locales.

II. Morcellement territorial par les initiatives de différenciation : tensions centripètes

Face aux difficultés économiques, de nombreux projets sont menés par les producteurs pour essayer de différencier les fruits. Dès 1986 les techniciens des Chambres d'agriculture appelaient à une différenciation par « la qualité » des fruits de la Moyenne Vallée du Rhône pour se maintenir face à la concurrence espagnole imminente. Cette notion nouvelle de « qualité » recouvre néanmoins plusieurs définitions et sous-tend autant de stratégies de différenciation différentes. Lorsque quelques rares techniciens évoquent la possibilité de différenciation par le terroir (Nicaise, 1986), les responsables professionnels envisagent plutôt une politique de qualité restant dans les standards commerciaux en vigueur : « *par une amélioration du calibre, de la coloration, de la saveur gustative, de la conservation, etc. Par qualité, il faut aussi entendre emballage, transport, chaîne du froid, distribution, publicité, promotion.* » (Julien, 1986, p.1). Une première expérience de commercialisation de « lots de pêches de qualité gustative contrôlée » a été menée par la Chambre d'agriculture de la Drôme lors de la campagne de 1985. Cet essai, associant des critères de qualité gustative (analysée en termes d'acidité et de taux de sucre), de qualité commerciale et normative (aspect, conditionnement, catégories normalisées) et d'aptitude à la conservation, amène la chargée de mission à conclure qu'il existe un créneau commercial, estimé à 20% des ventes, qui permettrait de mieux valoriser les fruits de qualité haut de gamme (Solau, 1986). L'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône entre de plein pied dans « l'économie de la qualité » théorisée dix ans plus tard par François Nicolas et Egizio Valceschini (1995). En 1987 un Label Rouge « pêche et nectarine de la Drôme » est obtenu.

Depuis lors, la recherche de qualité et de différenciation de la production en lien avec l'origine géographique ou l'identité territoriale constitue une voie de réponse à la crise choisie par certains acteurs. Logiquement, ils ont cherché à mobiliser les outils existants que sont les AOC/IGP et les marques et identifiants territoriaux. Nous avons choisi d'analyser sept démarches collectives portées successivement depuis plus de quinze ans par différents groupes de producteurs, à plusieurs échelles et s'appuyant sur des ressources territoriales variées. L'analyse est menée dans un premier temps sur les tentatives d'obtention d'IGP, et dans un second temps sur les marques et identifiants territoriaux. Elle permet de saisir les stratégies propres aux différentes démarches, les ressources autour desquelles elles se sont structurées, leurs points d'achoppement et enfin leur influence sur le bassin de production.

Carte 12: Echelles des différentes initiatives d'identification territoriale



Sources : fond de carte IGN, données RGA 2000, enquêtes personnelles. Réalisation C. Praly.

1. Quelle échelle pour une IGP ?

Dès la réforme française et européenne des SIQO, en 1992[187], des projets d'obtention d'IGP voient le jour en Moyenne Vallée du Rhône. Une IGP ne pouvant porter que sur une seule espèce, les projets émergeant concernent des espaces productifs relativement spécialisés dans une espèce donnée. C'est d'abord le cas pour la pêche-nectarine dans les années 1990. Puis, dans le début des années 2000, des projets se constituent autour de l'abricot, espèce devenue la plus importante dans certains espaces de la Moyenne Vallée du Rhône[188].

L'analyse chronologique des démarches visant l'obtention d'une IGP, par espèce, permet de mettre en lumière la contradiction constante entre l'échelle locale de la construction collective et l'échelle du bassin. Elle révèle également la difficulté de définir collectivement une spécificité territoriale des fruits.

a) Les projets d'IGP pêches-nectarines : des dynamiques territoriales diluées dans le bassin

Deux premières initiatives visant une valorisation territoriale des pêches émergent, l'une dans la vallée de l'Eyrieux, l'autre dans la commune de Châteauneuf-sur-Isère (Carte 12). L'échelle très locale de ces projets leur confère tout à la fois un fort dynamisme et un manque de moyen pour les mener à bien. Ils sont ensuite repris dans un projet d'IGP à plus vaste échelle, englobant l'ensemble de la Moyenne Vallée du Rhône.

i. La pêche de l'Eyrieux : un projet de territoire[189]

En 1987 est créée l'association « Pêche fruit d'Eyrieux » par des arboriculteurs attachés à l'histoire de leur production qu'ils considèrent comme un patrimoine. Elle a deux objectifs : la promotion de la pêche de l'Eyrieux et la découverte du paysage spécifique de la vallée.

Elle obtient en 1993 le Label « Paysages de reconquête »[190], qui constitue à la fois une reconnaissance institutionnelle nationale du lien existant entre la production fruitière et le territoire de la vallée, et une ressource pour le maintenir et le promouvoir. Le dossier, en ne labellisant que les communes concernées par les vergers, montre la place accordée à l'arboriculture dans le façonnement de paysages associés à l'identité de la vallée de l'Eyrieux. Le projet allie promotion et aide à la production puisqu'il consiste : « *à promouvoir la culture du pêcher et à aider les exploitations familiales. Les travaux porteront sur les aménagements permettant la dégustation des fruits à proximité des fermes et sur l'achat de matériel approprié aux techniques modernes de production* »[191] . Les financements accordés (150 000 francs soit 22 867 €) permettent à l'association de développer une série d'initiatives qui jouent à la fois sur le registre patrimonial et agritouristique pour mettre en valeur la qualité gustative des pêches de l'Eyrieux[192].

---

[187] Règlement européen 2081/92.

[188] Notamment en Ardèche (1400 ha en 2006) où les surfaces ont été multipliées par quatre en 20 ans.

[189] Les sources concernant cette initiative sont essentiellement issues du travail de recherche d'archives, d'enquêtes et de synthèse réalisé par Pierre Caritey pour son Mémoire de Master 1 au Laboratoire d'Etudes Rurales de l'Université Lyon 2 en 2007, dont nous avons participé à l'encadrement.

[190] Le Ministère de l'Environnement, dont le ministre était Ségolène Royal, met en place le Label « Paysages de Reconquête » en 1992. Les projets locaux sont déposés et instruits par les Directions Régionales de l'Environnement (DIREN).

[191] D'après le dossier du ministère de l'environnement, Source : Ministère de l'Environnement, *Label : 100 paysages de reconquête*, 1993, p.30.

[192] création d'un kiosque de dégustation de pêches « mûres sur l'arbre » à l'entrée de la vallée ; visites de vergers organisées pendant l'été ; organisation d'une fête de la pêche annuelle et itinérante dans les différents villages, associant une dimension festive grand public à une exposition de variétés où participait la SEFRA ; réalisation de dépliants touristiques associant l'offre agritouristique à celle de l'exposition permanente créée par l'association des Enfants et Amis de Beauchastel intitulée « *100 ans de culture du pêcher dans la vallée de l'Eyrieux* ».

Ainsi des liens se créent avec des acteurs non agricoles du territoire. D'une part, avec les membres de cette association de Beauchastel, habitants et sympathisants amateurs du patrimoine local, dans lequel la culture de la pêche prend donc place. Avec les acteurs du tourisme ensuite. Les offices du tourisme, des hôteliers, des restaurateurs adhèrent à l'association. Les dépliants sont disponibles dans les offices de tourisme, chargés de centraliser les inscriptions aux visites de vergers. Des restaurateurs proposent différents mets à base de pêches de l'Eyrieux, de l'entrée au dessert en passant par les boissons[193]. « *Les actions entreprises par l'association étaient représentatives d'une réelle volonté de promouvoir le produit qui avait façonné leur territoire depuis plus d'un siècle.* » (Caritey, 2007).

L'idée d'une démarche plus formelle pour différencier la pêche de l'Eyrieux sur les marchés émerge devant le succès rencontré par les pêches mûres. L'Association des Producteurs de Pêches et Nectarines de la Vallée de l'Eyrieux (APPNVE) est créée en 1993, dans l'objectif de commercialiser et de mettre en valeur la pêche. Elle rassemble une quarantaine de producteurs, dont la majorité est déjà membre de l'association Pêche fruit d'Eyrieux, qui représentent 93 ha de production entre Saint-Sauveur-de-Montagut et La-Voulte (soit l'aval de la vallée). Les deux associations travaillent de concert pour l'élaboration du projet IGP, et font appel à la Chambre d'agriculture de l'Ardèche qui réalise en 1993 une étude d'opportunité[194]. A partir d'un état du marché fruitier, elle fait des suggestions de travail pour les deux associations : mieux connaître la demande du consommateur, et réunir tous les acteurs de la vallée et de la filière pour décider d'une démarche à suivre dans la perspective de créer un véritable projet de territoire « *conciliant activité économique, touristique et sauvegarde des paysages* ». Ainsi, un séminaire « Pêches de l'Eyrieux » est organisé par le technicien de la Chambre, dans lequel interviennent des personnes du CTIFL, du CREDOC et du CEMAGREF entre décembre 1993 et janvier 1994. Les budgets issus du Label « Paysages de reconquête » permettent de communiquer sur le projet et de réaliser un logo apposé sur les affiches, les dépliants, et sur les pêches (sous forme de stickers).

Pendant que cette communication est menée, la certification par une IGP est envisagée, la réflexion sur la délimitation commence, des rencontres ont lieu avec les agents de l'INAO. Des tests gustatifs sont organisés pour mieux définir les attentes des consommateurs. Des plateaux de pêches pris au hasard sont envoyés à plusieurs jurys, sélectionnés dans toute la France. Les résultats s'avèrent décevants, les consommateurs ne retrouvent pas la qualité attendue. Malgré l'engouement local et celui perçu auprès des consommateurs rencontrés au kiosque à fruits, ce résultat, vécu comme un échec, donne un coup d'arrêt à la démarche. La remise en cause des pratiques actuelles de production, nécessaire à la rédaction d'un cahier des charges répondant à la demande des consommateurs n'est pas acceptée par les producteurs. Devant cette difficulté, les dissensions locales et départementales se font plus importantes. C'est le cas entre les producteurs de la vallée, certains commercialisant par Coopeyrieux, d'autres par Eyrieuxprim (GIE concurrent) et d'autres encore en indépendants. C'est surtout le cas entre la logique de qualité souhaitée pour l'IGP, et le modèle productif du bassin de production. Coopeyrieux, qui relève du second, vient en effet d'acheter des vergers dans la Crau pour combler la baisse de production dans la vallée. Le président de Coopeyrieux étant également celui de la Chambre d'agriculture de l'Ardèche, les responsables professionnels en place ne croient pas à la possible réussite d'une telle démarche. Exceptée la mise à disposition du technicien ayant réalisé l'étude d'opportunité et le séminaire, la Chambre n'a pas davantage soutenu le projet d'IGP, qui s'est éteint.

[193] On peut citer la salade maraîchère de crevettes aux pêches, foie de veau poêlé à la pêche, émincés de pêches au coulis de framboise.

[194] Celle-ci est reproduite en annexe du mémoire de Pierre Caritey (2007).

Ainsi, la première phase de ce projet se structure autour de l'objet fédérateur d'une valorisation agritouristique locale de la pêche comme un patrimoine paysager et culinaire du territoire. Cela passe par la mise en avant de ressources différenciatives que sont la maturité, les paysages de vergers, les savoir-faire spécifiques, l'histoire particulière de ce lieu pionnier dans la production fruitière, le patrimoine que constitue la culture de la pêche. A l'initiative des producteurs, le réseau associatif s'ouvre aux habitants ainsi qu'aux acteurs du tourisme et de la restauration locale. La valorisation est construite de manière informelle, pour de très faibles volumes, par la vente sur place de fruits mûrs et par les quelques aides publiques reçues par les producteurs pour la communication. Les consommateurs perçoivent une qualité liée à la maturité et au cadre paysager et territorial porteur de valeurs positives. Cela se rapproche de la « dynamique patrimoniale », avec coordination locale plurisectorielle, décrite dans la typologie (cf. Tableau 2 en Introduction).

Le succès, et sans doute l'émulation, conduisent à envisager une formalisation de la valorisation territoriale. L'IGP apparaît être l'outil permettant d'internaliser les valeurs positives dans la « Pêche de l'Eyrieux ». Mais il semble que, justement, sortie de ce cadre territorial positif, la « pêche de l'Eyrieux » ne rencontre plus le même succès auprès des consommateurs[195]. En outre, envisager une IGP conduit à la question de la commercialisation de la pêche IGP : il ne s'agit plus de vendre sur place, mais d'expédier. Et là, la dynamique locale se heurte au système du bassin d'expédition, fondé sur la logique de développement par la productivité des opérateurs de la première mise en marché.

L'Eyrieux avaient de nombreux atouts favorables à une démarche IGP : l'antériorité de cette culture, la spécificité de pratiques et de savoir-faire de production développés par les arboriculteurs locaux, un territoire bien délimité et à identité forte, ainsi qu'une notoriété commerciale qui fut très grande et qui laisse encore des traces aujourd'hui[196]. Mais l'organisation commerciale permettant de bien valoriser ces atouts a fait défaut : aucun opérateur d'expédition n'a accepté de segmenter son offre et de communiquer pour la pêche de l'Eyrieux.

ii. La pêche du Pays de Châteauneuf : un projet de producteurs[197]

Dans la Drôme, une autre entité territoriale se construit autour de la pêche. En 1990 l'association « Pêche du Pays de Châteauneuf » est créée par des producteurs indépendants afin d'obtenir une IGP du même nom. L'aire géographique de l'initiative comprend Châteauneuf-sur-Isère et quatre communes limitrophes (Carte 12). Le projet s'appuie sur l'argument que cette aire, qui recouvre une entité administrative historique, correspond à un espace fortement spécialisé en production de pêches de qualité supérieure à la moyenne du bassin. Toujours selon le dossier du projet, cette qualité serait due d'une part à un terroir agronomique particulièrement filtrant et d'autre part au savoir-faire éprouvé des arboriculteurs locaux qui savent produire des pêches résistant mieux à la pourriture, donc d'un bel aspect. Ainsi, sont avancés des chiffres montrant le pourcentage important de pêches

[195] La qualité des échantillons testés était-elle réellement moyenne, ou une pêche goutée au cœur de la vallée, devant un producteur, parait-elle meilleure ? Nous ne sommes pas en mesure de le dire. La littérature, notamment dans le cas du panier de biens (Pecqueur, 2001), montre l'importance que peut prendre l'insertion d'un produit dans une construction territoriale dans le consentement du consommateur à payer plus cher. De là à dire que cela peut également influencer la perception du goût, cela parait probable.

[196] La pêche de l'Eyrieux est citée dans l'inventaire du patrimoine culinaire de la région Rhône-Alpes ainsi que dans les dépliants du Comité Régional de Promotion Agroalimentaire (R3AP).

[197] Les sources concernant cette initiative sont issues de deux entretiens avec le porteur du projet, l'un en 2002 lors du projet PSDR, l'autre en 2006 pour cette thèse. Des entretiens réalisés avec d'autres acteurs locaux, notamment un élu, ont permis de croiser les informations.

provenant de Châteauneuf dans le total des pêches certifiées Label Rouge de la Drôme[198]. Les critères du Label Rouge sont, en plus des catégories normalisées, un taux de sucre et une fermeté modérée des fruits, ce qui renvoie à la notion de qualité gustative et de maturité.

Une dynamique réelle s'enclenche autour de ce projet, associant les arboriculteurs et la commune. L'association rassemble une trentaine de producteurs cotisants. Une marque commerciale est déposée immédiatement : « Châteauneuf – Capitale de la pêche ». Des grands panneaux mentionnant ce statut autoproclamé sont installés aux entrées de la commune, une route de la pêche est signalée. Le lien entre projet de valorisation agricole et construction identitaire de la commune est clair, soudé par la double casquette du principal leader du projet : il est à la fois arboriculteur-expéditeur fondateur de l'association et élu municipal. La cohésion est sous-tendue par une appartenance professionnelle forte à l'échelle de la commune. Bénéficiant d'une importante SAU (3 064 ha) spécialisée dans la production de pêches, Châteauneuf-sur-Isère est la commune présentant la plus grande surface de pêchers de la Moyenne Vallée du Rhône : 1 196 ha recensés en 1989 et 1 359 ha en 2000, soit plus du cinquième de l'ensemble du bassin (5 547 ha en 2000)[199]. En 1988, l'arboriculture concerne 120 exploitations rien que sur la commune, qui fonctionne comme une entité syndicale et technique presque autonome au sein du bassin. Les réunions syndicales et professionnelles sont organisées à l'échelle de la seule commune, qui compte suffisamment de participants. De même, le président de l'association « Pêche du Pays de Châteauneuf » évoque une émulation locale autour des pratiques de production : « *Il y a toujours eu cette unité de production aussi et ce qui fait que même si les gens sont concurrents chez eux, ils sont en même temps solidaires parce qu'ils aiment bien discuter pour essayer d'avancer au niveau technique et trouver des solutions quand il y a des problèmes* ».[200]

Cette initiative relève de la volonté de certifier une qualité supérieure objectivable correspondant au référentiel normatif des marchés d'expédition, justifiée par un savoir-faire et un terroir agronomique favorable. Le lien à l'identité territoriale est fort, appuyé sur la très grande spécialisation de la commune en production de pêches (« Capitale de la pêche ») et la cohésion du projet est renforcée par l'appartenance territoriale des producteurs. La notoriété des pêches de Châteauneuf était connue par les grossistes de Rungis, d'après le président de l'association. De toute évidence, un espace de production aussi important à l'échelle de la production régionale ne peut qu'être connu des professionnels de la filière. Par rapport à la typologie proposée en introduction (cf. Tableau 2 en Introduction), le projet correspond à une « valorisation par la qualité territoriale » formalisée par une marque commerciale privée, avec une coordination qui demeure dominée par les arboriculteurs, donc sectorielle.

Deux éléments principaux mettent néanmoins fin à la dynamique à la fin des années 1990. Le premier tient à la difficulté d'obtenir une certification CCP, alors nécessaire pour avoir une IGP. Ces certifications sont encore peu utilisées pour les fruits et il est difficile de trouver des organismes certificateurs compétents pour ces produits[201]. Le second est lié à l'émergence d'une autre initiative, de plus grande échelle : l'association « Pêche du pays de Châteauneuf » renonce finalement à sa propre IGP en adhérant au projet d'IGP « pêche-nectarine de la Drôme ».

---

[198] La personne enquêtée déclare que les pêches provenant de Châteauneuf auraient représenté entre 30 et 50% des pêches drômoises Label Rouge entre 1989 et 1995, sachant qu'au total, annuellement, environ 800 t. de pêches sont commercialisées en Label Rouge. Nous n'avons pas vérifié ces chiffres. Ils sont donnés à titre indicatif.

[199] Source : RGA 2000.

[200] Entretien de janvier 2002.

[201] L'association peine à en trouver un ainsi qu'à en financer le coût, travaillant d'abord avec un organisme de Bordeaux, puis de Loriol (entretien de 2002).

iii. L'IGP « pêche-nectarine de la Drôme[202] : dilution de la dynamique

Face à ces volontés de différenciation à l'intérieur du bassin, un débat émerge au sein des responsables professionnels sur la cohabitation entre des fruits sous IGP et des fruits sans signe de qualité. Certains condamnent ces initiatives, défendant l'idée que la certification de qualité d'une petite partie des volumes locaux laisserait penser que le reste des volumes sont de piètre qualité. D'autres, dont les porteurs des initiatives locales, défendent au contraire l'idée d'un « produit vitrine », dont la réputation de qualité tirerait vers le haut l'ensemble des fruits provenant du même espace.

Finalement, l'idée retenue est celle de la certification accessible au plus grand nombre, fidèle à la posture syndicale de la défense de tous, et en continuité avec la démarche existante autour du Label Rouge pour les pêches. Les responsables professionnels de la filière drômoise décident de porter un projet d'IGP « pêche-nectarine et abricot de la Moyenne Vallée du Rhône » qui puisse englober l'ensemble du bassin de production[203]. L'enjeu est de ne pas exclure de producteurs, de concilier l'échelle de la différenciation avec celle du bassin d'approvisionnement historique des opérateurs de l'expédition et donc de maintenir la cohésion du bassin de la Moyenne Vallée du Rhône. Le regroupement de tous sous une même démarche, légitimant ainsi le soutien des OPA, permet en outre de financer les charges inhérentes à un tel projet. C'est donc l'association Fruit Plus[204] qui porte le projet. L'aire géographique choisie englobe l'ensemble de l'espace de vergers de la Drôme, de l'Ardèche et du sud de l'Isère (Carte 12).

Une IGP ne pouvant porter que sur une seule espèce et sur une dénomination usuelle, le choix est finalement réorienté sur l'appellation « pêche et nectarine de la Drôme ». Dans le dossier de demande d'IGP, l'argumentation du lien au terroir est construite sur trois éléments principaux[205]. Le premier mentionné est le terroir agronomique favorable à la production de pêches, ce qui justifie la délimitation de l'aire en fonction des espaces de vergers existants. Ensuite, l'histoire est le second élément invoquée pour justifier l'antériorité de ce bassin de production de pêches, la capacité d'innovation et les savoir-faire de ses hommes en termes de production et de commercialisation. L'émergence dans les centres fruitiers de Saint-Rambert et de l'Eyrieux est rappelée, ainsi que les méthodes de taille mises au point dans la vallée de l'Eyrieux. La tradition du soin apporté au conditionnement de ces fruits fragiles ainsi qu'à leur expédition est également mise en avant comme un savoir-faire local. Enfin, le troisième argument revendique « *une notoriété séculaire* » des pêches et nectarines de la Drôme (2004, p.49). Elle est justifiée par les actions promotionnelles menées par le Comité Economique Rhône-Alpes et l'association Fruit Plus depuis les années 1990 (Journées Nationales de l'abricot et de la pêche de Tain-l'Hermitage, promotion à l'occasion du passage du Tour de France, etc.). Les résultats d'une enquête de consommateurs sont également présentés, montrant leur connaissance de l'origine Drôme pour les pêches. Enfin, la signalétique départementale mentionnant ou représentant des pêches est décrite, les poèmes et traditions orales portant sur la pêche sont mentionnés, et même, un gel douche de marque connue dont la composition mentionne « Pêche de la Drôme » est photographié. On retrouve ainsi toutes les notions clefs des AOC/IGP : un terroir, l'antériorité, la tradition, des savoir-faire et une

[202] Cette initiative est analysée à partir des entretiens personnels réalisés dans le cadre de la thèse et du dépouillage des dossiers de demande de cette IGP, annotés après retour de l'INAO, que la Chambre d'agriculture de la Drôme a bien voulu nous confier.

[203] Un premier dossier de demande a été déposé à l'INAO (Cotinaut, [s.d.]). Suite à la réponse de l'INAO, un second document est déposé par l'Association Fruit Plus, en 2004.

[204] Elle s'appelait au début l'Association de Promotion des Fruits et Légumes Sous Labels de la Drôme et des Cantons Limitrophes. Pour une définition de l'objet et du fonctionnement de Fruit Plus, cf. chapitre 1.

[205]

notoriété…, sauf la qualité. En effet, le dossier ne parvient pas à démontrer à l'INAO une qualité spécifique des pêches de la Drôme par rapport aux autres bassins de production.

Le second problème concerne le manque de cohérence entre la dénomination géographique à protéger, « Drôme », et l'aire réelle de production qui englobe toute la Moyenne Vallée du Rhône, les départements de l'Ardèche et de l'Isère inclus. Les Ardéchois ne soutiennent guère ce projet qui fait appeler leurs pêches « de la Drôme ». En retour, la dénomination « Moyenne Vallée du Rhône » n'est pas recevable pour l'INAO puisqu'elle ne porte aucune notoriété commerciale. Comment identifier un bassin de production qui ne repose pas sur une entité géographique porteuse d'identité ? Qui n'a pas de nom reconnu ?

Cette démarche n'a finalement pas suscité de réelle dynamique, ni au sein des producteurs[206], ni parmi les opérateurs de la filière (Guerin et al., 2002). Le manque d'enthousiasme des professionnels couplé aux problèmes sanitaires affectant de plus en plus les pêchers a conduit à l'abandon officiel du projet lors de l'Assemblée Générale de Fruit Plus le 20 avril 2006[207].

Ainsi, le pari de cette démarche globale était de mobiliser les spécificités et les volontés exprimées localement dans l'Eyrieux et à Châteauneuf dans un même projet où chacun pourrait se retrouver. Finalement, loin de créer des synergies positives ou simplement d'agglomérer les ressources de chaque dynamique territoriale, il y a eu une dilution dans la trop vaste et insignifiante entité « Moyenne Vallée du Rhône ». Non seulement celle-ci n'est pas porteuse d'une identité fédératrice et de notoriété commerciale. Mais en outre, l'association Fruit Plus est mal connue des professionnels. Les producteurs auparavant impliqués localement ne se sont pas emparés de ce projet plus vaste. Il est en effet plus difficile de se mobiliser dans des organisations mal connues que dans des réseaux locaux. Enfin, aucun lien n'a été fait avec d'autres acteurs des territoires concernés, l'affaire devenant un projet exclusivement sectoriel, visant une différenciation localisée par rapport aux autres bassins de production fruitiers pour l'accès aux mêmes marchés.

Aujourd'hui, étant données la forte diminution des cultures de pêchers et la menace que constitue la sharka, envisager un nouveau projet pour cette espèce est difficile. Pour autant, c'est ce fruit qui fut longtemps emblématique de la Moyenne Vallée du Rhône et mobilisateur pour des projets de valorisation territoriale. Ironie du sort ou clin d'œil du hasard, le 20 avril 2006 après-midi, le même jour et dans la même salle que l'AG de Fruit Plus qui allait sceller l'avenir de l'IGP « pêche et nectarine de la Drôme », se déroule une autre Assemblée Générale. L'Association pour la Promotion et la Création d'une IGP « abricot Bergeron de Haute Ardèche » venait d'être créée.

b) Le projet d'IGP abricot Bergeron de l'Ardèche[208]

Cette association est le résultat d'un projet initié quelques années auparavant par une association de producteurs du plateau nord ardéchois. Leur objectif est de valoriser et de protéger la qualité de leurs fruits, qu'ils considèrent imputable à leur « terroir » et en

[206] Excepté auprès des arboriculteurs élus à Fruit Plus et à la Chambre d'agriculture de la Drôme.

[207] Assemblée Générale à laquelle nous avons assisté. Cet abandon n'a guerre suscité de déceptions, sinon une remarque de la part de l'animateur du CSF-RA, rappelant que deux autres bassins de production s'étaient lancés dans une démarche d'IGP, la pêche de Nîmes et la pêche du Roussillon, et qu'en cela la Moyenne Vallée du Rhône risquait de perdre un avantage concurrentiel.

[208] Les sources concernant cette initiative proviennent d'un premier entretien réalisé avec le président de l'association « Vergers Nord Ardèche » en 2004 pour notre mémoire de Master II, puis par une observation participante de l'association « IGP Bergeron de Haute Ardèche ». Nous avons assisté à toutes les réunions de celle-ci et échangé régulièrement avec les producteurs impliqués et le technicien de la Chambre d'agriculture.

particulier à l'altitude. Voyons la progression tâtonnante de cette initiative, qui demeure centrée sur son « terroir » tout en ayant des difficultés à bien le définir.

i. De la commercialisation de cerises et abricots sous la marque « Montagne de l'Ardèche »…

Au début, c'est une quinzaine de producteurs indépendants du plateau, rassemblés dans une association appelée « Vergers Nord Ardèche », qui souhaitent différencier leurs fruits de ceux vendus par les coopératives de la vallée. Les fruits produits dans la montagne et sur les coteaux sont en effet communément reconnus pour être de meilleure qualité, du fait d'une coloration plus intense et d'une meilleure conservation ou tenue. En outre, la notoriété commerciale de l'origine « Ardèche » est considérée par la plupart des Ardéchois comme un argument de vente auprès des expéditeurs et des grossistes de la filière, ainsi que des consommateurs. L'idée, portée par le président de l'association Vergers Nord Ardèche s'oriente rapidement vers l'obtention d'une IGP pour les cerises et les abricots du plateau ardéchois. Mais pour compenser la longueur de la démarche, d'autres outils sont d'abord expérimentés.

Situés en zone de montagne, les producteurs demandent la dénomination « Montagne »[209] et déposent en 2004, via leur association, une marque collective pour les cerises et les abricots : « Montagne de l'Ardèche ». L'originalité de leur démarche est d'élaborer avec cette marque une stratégie commerciale devant permettre de vendre les fruits estampillés « Montagne de l'Ardèche » plus chers que les autres fruits. Pour ce faire, trois expéditeurs intéressés par la marque sont conventionnés par l'association pour être les seuls opérateurs de la mise en marché de ces fruits, leur assurant ainsi une offre exclusive. En outre, un prix de vente minimum est calculé[210] pour les cerises « Montagne de l'Ardèche », prix en dessous duquel les producteurs ne doivent pas accepter de vendre. Les expéditeurs doivent annoncer leurs besoins auprès de la secrétaire de l'association, qui relaie ces demandes aux producteurs. Ensuite, les accords commerciaux et les facturations se concluent directement entre producteurs et expéditeurs. Ainsi, chaque producteur situé en zone de montagne peut commercialiser sous cette marque avec l'un des trois expéditeurs conventionnés. Une seconde marque est déposée par l'association pour offrir aux producteurs non situés en zone de montagne une déclinaison de « Montagne de l'Ardèche », intitulée « Haute Ardèche ».

Le résultat de cette stratégie est mitigé. Si la première année (2004) « Montagne de l'Ardèche » permet d'obtenir un meilleur prix de vente pour les cerises, la marque n'est pas utilisée pour les abricots, et son usage ne cesse de décroître ensuite. La marque « Haute Ardèche » ne remporte pas plus de succès. Il est difficile d'en expliquer les raisons. L'habitude de commercialisation indépendante des producteurs membres de l'association ne permet pas de maintenir une réelle cohésion et de tenir les prix face aux expéditeurs, notamment pour des problèmes d'hétérogénéité de la qualité. La campagne 2004 est bonne en cerise car c'est une année de faible production, à l'avantage donc des producteurs. Par ailleurs, les très faibles volumes commercialisés ne permettent pas une grande diffusion de la marque : seulement 10 t. de cerises en « Montagne de l'Ardèche » sur les 700 t. produites au sein de l'association.

Les résultats montrent la difficulté de créer un marché pour de faibles volumes et soulignent l'impact négatif de la désorganisation de la mise en marché et de l'hétérogénéité de la qualité des produits vendus sous la marque. Devant ce constat, les producteurs de l'association décident d'élargir leur projet pour rassembler davantage de volumes. Ils proposent donc l'idée

[209] Le label « Montagne » est attribuable par le préfet de département à toute exploitation dont le siège est situé en zone de montagne ou de piémont.

[210] Ce prix minimum intègre le coût de production et les fluctuations des cours du marché.

d'une IGP « montagne de l'Ardèche » à d'autres producteurs du Nord Ardèche et sollicitent la Chambre d'agriculture départementale.

ii. … Au projet d'IGP pour l'abricot « Bergeron de Haute Ardèche »

Les producteurs locaux sont intéressés par la perspective de mieux valoriser leur produit majeur qu'est le Bergeron. L' « Association pour la promotion et l'IGP Bergeron de Haute Ardèche » est créée le 20 avril 2006. Tout au long de l'année 2006, les sept personnes constituant le noyau dur du projet se rassemblent, lors de quatre réunions animées par la chargée de mission valorisation des productions de la Chambre d'agriculture et suivis par le technicien arboricole. A l'inverse de l'association « Vergers Nord Ardèche » où tous les adhérents étaient des producteurs indépendants, ce nouveau collectif rassemble des producteurs aux profils différents : des producteurs indépendants, des coopérateurs et des producteurs-expéditeurs membres d'une OP libre ou non. Différentes appartenances syndicales sont également rassemblées, notamment deux élus à la Chambre pour la FDSEA et un leader de la Confédération Paysanne. Ils sont fédérés par une volonté commune de différencier les abricots Bergeron de « Haute Ardèche ». Tirant les enseignements de l'expérience « Montagne de l'Ardèche », une aire de production plus vaste est envisagée, pour être en mesure de travailler sur des volumes plus importants. Interviennent alors d'autres questions stratégiques, notamment parce qu'élargir la démarche aux producteurs coopérateurs suppose de commercialiser avec les coopératives de la vallée du Rhône. Rapidement, le collectif se trouve confronté à plusieurs points de blocage, dont les principaux sont la question des limites de l'IGP, la définition de la qualité que l'on souhaite protéger et la question des circuits de commercialisation.

Les débats sur la délimitation opposent deux points de vue. Les premiers souhaitent rester sur le plateau, en arguant que la coloration liée à l'altitude justifie de suivre une délimitation « naturelle ». Les seconds répondent que pour rassembler un nombre de producteurs et un volume de production pertinent commercialement et justifiant l'engagement de la Chambre d'agriculture, il est nécessaire d'englober l'ensemble du nord de l'Ardèche, plateau et rives du Rhône compris. Pour objectiver cette question, des analyses de la qualité des abricots sont mises en place pendant la campagne 2006, en divers lieux de production, par le technicien de la Chambre. Néanmoins les résultats ne permettent pas de conclure à une qualité différente des abricots du plateau. Un dernier argument demeure en faveur des défenseurs de la délimitation selon l'altitude : comment justifier une délimitation sur les frontières départementales alors que c'est sur la rive drômoise, autour de Tain-l'Hermitage et du plateau de Larnage, que se trouve le centre historique du Bergeron ? Cette question est finalement évitée, reportée à plus tard, en appelant l'association et le projet « Bergeron de Haute Ardèche », ce qui peut s'entendre à la fois comme l'altitude et la partie nord.

Dans le même temps se pose la question de la définition précise de la spécificité à protéger dans l'IGP. Celle-ci est évidemment liée au périmètre de l'aire. Ainsi, les défenseurs d'une limite calquée sur l'altitude soutiennent qu'une spécificité de la coloration et de la tenue du fruit serait liée à l'altitude. Les autres répondent que certaines pratiques de fertilisation, ainsi que les terroirs sableux de la vallée, permettent cette même qualité. Des désaccords apparaissent au sujet de certaines expressions, renvoyant à des connotations syndicales fortes et des incompréhensions, telles que « petites exploitations », « pratiques traditionnelles », « main d'œuvre familiale ». Enfin, des différends s'expriment sur la gestion de la maturité à la récolte et du stockage, renvoyant encore une fois à l'opposition plateau/vallée. De fait, le Bergeron est l'une des espèces d'abricots les plus tardives et elle n'est cultivée qu'en Moyenne Vallée du Rhône. Les producteurs bénéficient donc de prix favorables, puisque le Bergeron arrive en dernier sur le marché européen. La tendance des stations d'expédition (petites et grandes) est de stocker le plus possible les premiers, c'est-à-dire ceux de la vallée,

pour les commercialiser plus tardivement à mesure que les cours augmentent. Les producteurs du plateau reprochent ainsi à ceux de la vallée de concurrencer leurs fruits tardifs avec ceux qui sortent des chambres froides, et qui sont donc supposés moins bons.

Enfin, le dernier point de litige concerne les circuits de distribution. Cette question n'est pas explicitement abordée lors des réunions. Il semble aller de soi que l'IGP permettra une meilleure valorisation du produit, sans stratégie commerciale particulière. Les coopératives concernées par l'espace de production du Nord Ardèche sont sollicitées. Des producteurs impliqués dans le projet vont le présenter et demander l'avis de leurs directeurs et présidents. Tous expriment, plus ou moins explicitement, leur désintérêt, sinon leur réticence envers cette IGP. Deux éléments sont avancés. La segmentation entre les Bergerons ardéchois et drômois leur paraît engendrer une complication logistique sans justification quant à la qualité. Par ailleurs, leurs clients – export et GMS – ne sont pas preneurs de ce type de stratégie de segmentation venant de la production.

C'est finalement la réticence des coopératives qui provoque l'arrêt définitif du projet. Les producteurs espéraient être assez nombreux et représenter suffisamment de volumes pour s'imposer à elles. Or le contraire se produit. Le désintérêt de ces importants opérateurs décourage de nombreux producteurs qui n'ont pas d'autre solution commerciale. Une alternative est alors proposée par les producteurs élus à la Chambre. Il s'agirait d'élargir le projet de valorisation du Bergeron à l'échelle de tout le bassin de la Moyenne Vallée du Rhône. L'idée est ainsi de pouvoir impliquer les différentes OP, puisque leur bassin d'approvisionnement en Bergeron correspond à la Moyenne Vallée du Rhône[211]. Pour cela, il serait nécessaire d'abandonner le projet d'IGP, refusé par elles, et de se concentrer sur la communication et l'amélioration des pratiques de production. Mais les producteurs engagés dans le projet refusent de dépasser la limite départementale, ce qui, pour eux, reviendrait à nier la spécificité des abricots de « Haute Ardèche ». Finalement le projet est abandonné à la fin 2006.

Ce projet correspond, comme celui de la pêche de Châteauneuf, à une « valorisation d'une qualité territoriale » formalisée par une marque commerciale, et qui vise une IGP. La valorisation espérée est un prix de vente supérieur des abricots de « Haute Ardèche » par rapport à ceux de la vallée, sur les mêmes marchés d'expédition. La différenciation revendiquée repose sur des critères de qualité correspondant aux normes commerciales (couleur, tenue) et liés au terroir agronomique (altitude), ainsi qu'à une notoriété positive de l' « Ardèche » et de la notion de « montagne ». La coordination est exclusivement sectorielle, et ne concerne que les producteurs. Il était prévu, dans un second temps, de solliciter les collectivités territoriales concernées par l'aire du projet pour des soutiens financiers.

Cet exemple illustre la difficulté de trouver un compromis entre un volume minimum de production, l'échelle de la cohésion des acteurs et celle de la spécificité de la production. Le projet visait une différenciation interne au bassin, construite par rapport aux abricots Bergeron de la vallée, fédérée autour d'une spécificité (qualité liée à l'altitude) qui finalement n'a pas pu obtenir de consensus. Le fait est connu : on se rassemble toujours plus facilement en fonction de ce que l'on combat que lorsqu'il s'agit de définir collectivement ce que l'on défend. Or, la nécessité commerciale d'élargir l'échelle du projet, en termes d'aire géographique et de nombre de producteurs concernés, se traduit par l'intervention de nouveaux acteurs qui peuvent faire basculer les rapports de pouvoir. Le collectif de producteurs indépendants à l'origine du projet exprime une volonté de s'affranchir du pouvoir

[211] L'abricot Bergeron est une variété qui a besoin de froid durant l'hiver, elle se développe donc mal dans les régions plus méridionales. C'est la seule variété qui est agronomiquement liée au bassin de la Moyenne Vallée du Rhône, n'étant présente qu'ici.

des coopératives, en imposant sa propre IGP. Mais l'intervention de la Chambre et du syndicalisme majoritaire s'accompagne de l'injonction d'ouverture du projet au plus grand nombre. Ainsi, les stations d'expédition sont réinvesties dans une fonction commerciale incontournable, ayant donc le pouvoir de bloquer ce projet puisqu'il ne correspond pas à leur modèle productif. La question de l'échelle pertinente est donc centrale pour un projet d'IGP.

c) L'impossible échelle pertinente ?

Les démarches visant des IGP sont portées par des groupes de producteurs qui cherchent à différencier leur production par une qualité territorialisée pour mieux vendre leurs fruits sur les circuits d'expédition. En cela, ces initiatives montrent des tentatives de résistance des producteurs locaux aux stratégies de délocalisation mises en œuvre par les expéditeurs. Il s'agit de maintenir la production locale rémunératrice pour les producteurs. A quelle échelle construire des projets d'IGP viables ?

Les exemples développés montrent que l'échelle locale est celle de l'émergence des initiatives (cas de l'Eyrieux, de Châteauneuf et de « Montagne de l'Ardèche »). Délimitée par des liens d'interconnaissance forts et par une identité territoriale, celle-ci est très restreinte, de l'ordre de quelques communes. L'émergence est le fait de dynamiques portées par des réseaux de producteurs parfois élargis à d'autres acteurs du territoire, tous fédérés autour de spécificités et surtout d'une identité territoriale faisant cohésion. Ainsi l'échelle locale est fédératrice pour les producteurs, la cohésion étant d'autant plus forte que le projet s'inscrit dans une dynamique territoriale (dans l'Eyrieux et à Châteauneuf). L'échelle locale est enfin différenciatrice pour la production grâce à la mobilisation de ressources territoriales relativement faciles à identifier et à revendiquer par les producteurs : le patrimoine et les paysages de la pêche de l'Eyrieux, l'agroterroir et le savoir-faire adapté des arboriculteurs de Châteauneuf, le terroir d'altitude pour l'abricot de Haute Ardèche. Les dénominations correspondantes à ces échelles, porteuses d'identité territoriale, peuvent facilement être utilisées dans la communication commerciale (marques commerciales, etc.). En revanche, cette échelle n'est pas suffisamment vaste pour asseoir une stratégie commerciale efficace sur les marchés d'expédition : elle ne rassemble pas assez de volumes de production, ne contient pas d'expéditeur dont l'aire d'approvisionnement correspond à ses limites, ne représente pas assez de producteurs pour légitimer un soutien des OPA (dont la vocation est de travailler pour le plus grand nombre).

Ainsi, l'extension de l'aire des premières initiatives de différenciation apparaît être une suite logique, inévitable même pour commercialiser les fruits sur les circuits d'expédition. Mais la cohésion et l'implication des producteurs à l'échelle locale laissent place au refus, au désengagement ou à l'immobilisme de ces mêmes acteurs lorsque les OPA proposent d'étendre leur projet à l'ensemble du bassin. Ces réactions s'expliquent par la difficulté d'élargir les initiatives locales à une échelle plus vaste. Les producteurs perdent en effet les rênes des projets dont la gouvernance est reprise par les responsables professionnels (élus des Chambres d'agriculture ou de Fruit Plus). L'objet de cohésion fondé sur une identité territoriale est alors dilué. La spécificité locale qui pouvait être montrée est également diluée dans l'ensemble de la production du bassin et de sa diversité. Ainsi, l'élargissement de l'échelle des projets d'IGP pêche-nectarine avec transfert de leur gouvernance aux responsables professionnels du bassin aboutit à leur dilution. En revanche, si les producteurs ardéchois demeurent arc-boutés sur la délimitation de leur spécificité territoriale, ce refus de l'ouverture leur vaut en retour le rejet des opérateurs de mise en marché du bassin.

L'analyse de ces différentes initiatives révèle également des limites affirmées entre plaine et montagne, ainsi qu'entre Drôme et Ardèche. Elles dessinent des territorialités auxquelles adhèrent les producteurs et qui sont difficilement conciliables entre elles. Questionnés sur ce

point, les acteurs sont cependant peu diserts. Pourquoi les Ardéchois ne veulent-ils pas valoriser le Bergeron avec les Drômois ? Les principales explications avancées, et bien souvent sous-entendues, révèlent des rivalités enracinées dans le climat concurrentiel du bassin : « *On ne va pas travailler avec ceux qui nous concurrencent depuis 30 ans !* »[212] « Ceux » de la vallée sont plus productifs que « ceux » de la montagne, et les Drômois sont à leur tour plus intensifs que les Ardéchois. La promotion des produits de terroir et la contestation de l'agriculture productiviste est synonyme de revanche pour les producteurs « désavantagés » de la montagne, ou de l'Ardèche. C'est à eux de faire valoir leur qualité pendant que les Drômois ne peuvent plus vivre du modèle productif qui leur a permis de supplanter l'Ardèche pendant près de 50 ans. Si les Drômois ne reprochent pas à leurs voisins de leur faire concurrence, ils ne sont en revanche pas prêts à accepter une IGP ardéchoise qui en retour déprécierait les fruits de la Drôme. Ainsi se révèle l'influence de la diversité des territorialités couvertes par l'aire du bassin de production : la structuration de l'approvisionnement organisée à la fois sur la Drôme et l'Ardèche par les expéditeurs ne suffit pas à gommer les rivalités territoriales. En particulier, celle s'exprimant entre ces deux départements limitrophes paraît la plus difficile à dépasser.

En définitive, une échelle pertinente pour un projet d'IGP dans la Moyenne Vallée du Rhône devrait permettre de rassembler un volume de production significatif pour les marchés d'expédition, une notoriété commerciale de la dénomination et une spécificité de la production, l'adhésion des producteurs et des expéditeurs. Or, la succession des quatre initiatives montre que ces conditions sont bien difficiles à satisfaire dans ce bassin de production construit sur une diversité de territoires et d'espaces arboricoles. L'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône est en effet peu efficace. D'abord, elle ne permet pas une reconnaissance commerciale (d'où le choix d'appellation « Drôme » pour l'IGP pêche-nectarine). Ensuite, elle ne correspond plus à l'échelle d'approvisionnement des expéditeurs, excepté pour l'abricot Bergeron. Enfin, elle n'offre pas une identité suffisante pour bien fédérer les producteurs (ni les Drômois ni les Ardéchois ne s'y réfèrent).

Par ailleurs, l'objectif affiché de ces projets est l'obtention d'une IGP pour revaloriser les fruits, sans réflexion sur la stratégie commerciale à mettre en œuvre. L'outil qu'est l'IGP est donc confondu avec l'objectif réel, la revalorisation. Souvent, le projet se focalise complètement sur l'outil, entamant rapidement la réflexion sur le cahier des charges, les délimitations, avant d'échouer devant la lourdeur du processus ou sur la question commerciale. Qu'est-ce qui bloque le plus : l'obtention d'une IGP dans ce bassin de production ou la difficulté d'une stratégie commerciale commune ? L'analyse d'autres outils de valorisation en lien avec le territoire créés dans la Moyenne Vallée du Rhône peut nous permettre d'avancer dans ce questionnement.

2. Les marques territoriales : inefficacité des délimitations administratives

Les marques et identifiants territoriaux collectifs offrent un outil de différenciation plus souple à la fois en termes d'accès et d'utilisation que les IGP. Deux sont créés en Moyenne Vallée du Rhône, portés par des OPA départementale, puis régionale, qui visent à identifier plusieurs types de produits rattachés à une entité territoriale. Comprendre la difficulté à les mobiliser efficacement dans la filière fruitière permet d'expliciter les grands points de blocage quant à la mise en place d'une stratégie de valorisation territoriale par les opérateurs de l'expédition de la Moyenne Vallée du Rhône. Sur fond de jeux d'échelles, l'analyse met en lumière les rapports délicats entre les institutions de la profession agricole et les expéditeurs.

[212] Producteur ardéchois membre du bureau de l'association « IGP Bergeron de Haute Ardèche » (enquête personnelle, 2006).

a) La marque collective « Goûtez l'Ardèche »[213], découpage départemental

« Goûtez l'Ardèche » est une marque collective créée par la Chambre d'agriculture de l'Ardèche en 1995, accessible à tous les produits. Une démarche spécifique est élaborée pour les fruits entre le technicien de la Chambre et les principales coopératives ardéchoises. L'objectif est d'associer sous cette marque une démarche qualité, avec la constitution d'un cahier des charges par espèce ; une communication commune, avec des affiches, logos et conditionnements communs ; et une mise en marché structurée autour des trois principales OP coopératives : Rhodacoop, Coopeyrieux et Vivacoop (près d'Aubenas). Une première tentative est menée pour la cerise et pour l'abricot, productions communes à l'ensemble du département. Malgré ce projet *a priori* cohérent, une quantité minime de fruits est vendue sous la marque[214], avant que celle-ci ne soit totalement abandonnée par les opérateurs de la filière. Comment expliquer cet échec ?

Les trois coopératives participant à la démarche n'ont pas réussi à s'entendre sur des critères de qualité différenciant réellement la production « Goûtez l'Ardèche », par conséquent aucune valeur ajoutée n'a pu être dégagée. Comment différencier une cerise ? Les débats ont porté sur le calibre. Les OP du nord du département, où la production est plus importante et largement irriguée, souhaitaient imposer un calibre supérieur, tandis que celle du Sud, où la production est peu irriguée demandait un seuil de calibre plus petit. Finalement, l'accord fut nivelé par le bas, ce qui ne correspondait pas au « haut de gamme » des principaux metteurs en marché.

Deux de ces OP, et les plus importantes, avaient un approvisionnement venant de la Drôme et de l'Ardèche, sans grande différence qualitative. Elles ont donc préféré continuer à segmenter leur production selon leurs propres stratégies d'entreprises (marques propres) plutôt que par la marque « Goûtez l'Ardèche », qui aurait occasionné des charges logistiques supplémentaires.

Enfin, le choix initial de concentrer la mise en marché de toute la production « Goûtez l'Ardèche » était inspiré de l'initiative de la cerise de Bessenay[215]. Seulement, les opérateurs choisis – les coopératives - traitent de gros volumes, et leurs marchés que sont l'export et les GMS ne sont pas réceptifs à une telle qualification. Aujourd'hui, les produits utilisant « Goûtez l'Ardèche » comme les miels et charcuteries, se vendent davantage sur le marché départemental et régional. En outre, il n'y a pas eu de mise en marché commune des fruits « Goûtez l'Ardèche » entre les trois OP. Elles sont restées en position concurrentielle les unes par rapport aux autres quant à leurs propres marques, n'investissant que très peu pour cette marque commune.

L'échelle départementale définie pour la marque « Goutez l'Ardèche » ne correspond pas à l'échelle d'approvisionnement des opérateurs sélectionnés pour assurer la commercialisation. Les limites départementales découpent le bassin, produisant une segmentation de la production qui leur occasionne des charges logistiques supplémentaires pour l'identifier. L'échelle régionale est-elle plus efficace ?

[213] Les sources concernant cette initiative proviennent de nos enquêtes personnelles réalisées avec le technicien de la Chambre d'agriculture de l'Ardèche, un président et un directeur de deux coopératives impliquées dans la démarche, en 2006.

[214] Pour la coopérative Rhodacoop, 300t d'abricots sont commercialisées en « Goûtez l'Ardèche » la première année, 90t la seconde, puis la marque n'est plus utilisée (entretien auprès du président, avril 2006).

[215] Bessenay est une commune du département du Rhône, au cœur d'un petit bassin de production de cerises. Une marque commerciale a été créée et la mise en marché des cerises de Bessenay est assurée par un seul expéditeur privé. Il valorise la petite notoriété commerciale sur le marché régional, ainsi qu'à l'expédition.

b) L'identifiant « Rhône-Alpes »[216], découpage régional

Une dizaine d'années plus tard, dans une situation économique toujours plus préoccupante, une nouvelle initiative d'identification territoriale est menée, cette fois ciblée sur le marché rhônalpin.

A l'origine du projet, la filière régionale viande bovine demande à la Chambre Régionale d'agriculture (CRA) de mettre en place une signalisation de la provenance pour toucher les consommateurs rhône-alpins. Porteuse du projet pour la campagne 2006, la CRA sollicite alors d'autres filières pour constituer une offre des différents produits régionaux sous le même identifiant, conçu comme une « ombrelle » que l'on retrouverait dans les linéaires. La filière fruits est la seule à être intéressée.

C'est à travers le Comité Stratégique Fruits Rhône-Alpes (CSF-RA) que les opérateurs de la première mise en marché se déclarent favorables. Leur objectif est de gagner des parts de marché en Rhône-Alpes, marché qui est jusqu'à présent considéré comme « saturé » puisque très proche du bassin de production. Le moyen envisagé est l'identification des fruits provenant de la région par des opérations commerciales ponctuelles dans les magasins, avec à ce moment là des visuels (affiches, pancartes) et des animations. Les opérations, réparties tout au long de la saison, doivent concerner toute la gamme des espèces produites en Rhône-Alpes et se dérouler dans plusieurs grandes surfaces de l'agglomération lyonnaise. Le choix de cette méthode permet ainsi de ne pas avoir à modifier la logistique au sein des stations d'expédition (tri et conditionnement) : les fruits de « Rhône-Alpes » sont identifiés par l'animation commerciale et non par leur conditionnement.

Le projet mobilise un nombre sans précédent d'opérateurs de la première mise en marché[217] dans les réunions du CSF-RA. Une dizaine d'entre eux assiste aux premières et finalement huit expéditeurs, dont quatre privés et quatre coopératives, s'impliquent officiellement dans la démarche. Ils financent même un stage de deux étudiants de l'ISARA-Lyon pour évaluer l'impact auprès des consommateurs de la première campagne de l'identifiant « Rhône-Alpes ».

Malgré ces conditions encourageantes, en 2006, l'identifiant n'est finalement utilisé que par un seul expéditeur. C'est le seul expéditeur privé du bassin dont la stratégie repose explicitement sur un approvisionnement régional pour une distribution régionale. Le logo de l'identifiant est apposé en petit, sous le nom de la marque privée sur les étiquettes. Les autres opérateurs ne l'utilisent pas du tout, et justifient cela par leur très faible présence sur le marché rhônalpin. Certes, ils espéraient utiliser cet identifiant pour développer leurs parts de marché régionales, mais différentes raisons ont, selon eux[218], freiné ce projet. D'abord, la précipitation de la mise en place de la démarche, validée en avril 2006 pour la campagne de la même année, ne permet pas de bien s'organiser. Ensuite, la conjoncture économique est plutôt favorable en 2006 pour les fruits d'été, comparativement aux trois précédentes années. Les structures se sont donc concentrées sur leurs marchés habituels, sans « forcer » le marché régional.

---

[216] Les sources proviennent d'une observation participante de la démarche : une série d'enquêtes personnelles menées auprès des deux animateurs de la Chambre régionale d'agriculture et du Comité Stratégique Fruits Rhône-Alpes (CSF-RA) et des directeurs de six stations d'expédition (privées et coopératives) impliquées dans la démarche, en mai et juillet 2006 ; le co-encadrement avec Carole Chazoule du stage réalisé par les étudiants de l'ISARA-Lyon sur l'évaluation de la démarche auprès des consommateurs ; des entretiens réguliers avec l'animateur du CSF-RA.

[217] Observation faite par un producteur membre du CSF-RA, ainsi que par l'animateur. Cette mobilisation était source d'optimisme pour les acteurs qui avaient longtemps déploré le peu d'implication des metteurs en marché, et surtout des privés, dans cette instance à vocation interprofessionnelle.

[218] Résultat des enquêtes menées par nous-mêmes auprès des opérateurs impliqués dans le projet au cours du mois de juillet 2006.

Excepté l'argument de la conjoncture économique, le délai de mise en place du projet était connu et prévisible lors de l'engagement des opérateurs dans le projet. D'autres blocages entraînent ce désengagement final. Les points de désaccord ne sont pas exprimés clairement, mais émergent des discours des expéditeurs (coopératives et privés). Ils s'articulent autour de deux thèmes : l'échelle d'approvisionnement des fruits commercialisables sous l'identifiant et la qualification qui lui est associée.

L'échelle sous entendue par la dénomination utilisée dans l'identifiant, « Rhône-Alpes », n'a que peu de cohérence avec celle du bassin de production. L'identifiant pour les fruits est disponible pour toutes les structures régionales. Or, seules les structures de la Moyenne Vallée du Rhône s'y sont intéressées. Les OP de Savoie, des Monts du Lyonnais et du Pilat n'ont pas souhaité s'y impliquer. Disposant déjà de démarches d'identification de l'origine et d'une présence forte sur le marché régional, ils n'avaient pas d'intérêt à s'engager dans cet identifiant supplémentaire. Avec cette initiative, ils risquaient finalement de se trouver en concurrence avec les fruits de la Moyenne Vallée du Rhône sur leur propre marché. Pour ce qui concerne les structures de la Moyenne Vallée du Rhône, la question de l'échelle d'approvisionnement demeure posée. Comme quasiment tous les metteurs en marché ont structuré leur approvisionnement en combinant la production régionale avec des compléments méridionaux ou plus éloignés, utiliser un identifiant « Rhône-Alpes » définissant la provenance des fruits implique donc de séparer les fruits régionaux des autres dans la chaîne logistique. S'il n'est pas nécessaire d'utiliser un conditionnement différent, cela représente néanmoins une charge en termes de temps et d'organisation. Ainsi, quelques expéditeurs proposent de définir l'identifiant « Rhône-Alpes » comme indiquant la localisation régionale de l'entreprise d'expédition dont la majorité des volumes proviennent de la région, acceptant qu'elle utilise quelques apports externes. Entre transparence par rapport à l'identifiant et réalité pragmatique de fonctionnement des metteurs en marché, où placer le curseur ?

La question de la qualification des fruits vendus sous l'identifiant « Rhône-Alpes » n'est pas non plus tranchée. Seul point d'accord : le refus de tout cahier des charges ou contrainte supplémentaire est affirmé par les metteurs en marché, déjà saturés de normes (cf. chapitre 1). Une posture évasive du président du CSF-RA consistait à s'en remettre au « bon sens » des opérateurs : ils penseraient évidemment à mettre leurs meilleurs fruits lors des opérations commerciales pour l'identifiant « Rhône-Alpes » puisqu'ils devaient représenter une vitrine des fruits régionaux. Pas question donc d'effort particulier en termes de fraîcheur ou de qualité gustative dans l'acception générale de la démarche. L'identifiant devait suffire à attirer le consommateur. Or, l'enquête[219] testant les attentes suscitées par l'identifiant « Rhône-Alpes » auprès des consommateurs lyonnais montre qu'une qualité minimum est attendue. L'affichage d'une proximité géographique de la production laisse espérer une maturité et une fraîcheur des fruits supérieures à ce que l'on trouve habituellement dans les linéaires. En outre, le seul expéditeur qui utilise l'identifiant l'a associé à une gamme de fruits « mûrs à point », identifiée par une marque privée. Il s'oppose à ce que l'identifiant soit utilisé avec des fruits plus génériques, ce qui contredirait la réputation de l'identifiant et de sa propre marque.

Suite à la campagne manquée de 2006, le CSF-RA a affiché la volonté de renouveler l'utilisation de l'identifiant « Rhône-Alpes ». En 2007, il devait être mobilisé dans un projet plus concerté entre metteurs en marché, ciblant les opérations commerciales avec quelques grandes surfaces de la région lyonnaise. Cela n'eut pas lieu. En 2008, l'idée était d'utiliser

[219] L'enquête a été réalisée par les deux étudiants de l'ISARA-Lyon en stage au CSF-RA en 2006 et encadrés par Carole Chazoule et nous-mêmes. En l'absence d'utilisation de l'identifiant dans les magasins, ils ont interviewés des consommateurs à domicile, les questionnant sur leurs ressentis en voyant le logo de l'identifiant « Rhône-Alpes » (Ponchon et Morliere, 2006).

l'identifiant dans les commerces de proximité, jugés plus adaptés au type de marché visé. Rien ne fut fait non plus[220]. En 2009, le sujet n'est plus abordé dans les réunions du CSF-RA.

En définitive, cette opération souligne la volonté des OP de réinvestir le marché régional, longtemps délaissé pour l'expédition nationale et internationale. Les écueils montrent néanmoins la difficulté de le définir et la méconnaissance qu'en ont les opérateurs : l'agglomération lyonnaise est d'abord visée via les grandes surfaces, puis ce sont les commerces de proximité, plus en cohérence avec la stratégie choisie. Malgré les injonctions des consommateurs et d'un expéditeur privé, les metteurs en marché ne sont pas prêts à travailler une qualité spécifiée pour ce marché.

L'analyse des initiatives d'identification territoriale dans la Moyenne Vallée du Rhône témoigne d'une prise de conscience progressive des producteurs de la nécessité de maintenir la production locale viable par des formes de valorisation adaptées. Il est désormais reconnu par les professionnels que les limites du modèle de la productivité ont été atteintes dans la Moyenne Vallée du Rhône[221]. Néanmoins, si les identifiants et marques territoriaux offrent un outil plus accessible que les IGP pour différencier la production, leur création ne suffit pas à apporter une valeur ajoutée. Par ailleurs, ces démarches fondées sur des ressources territoriales diverses ne trouvent pas d'échelle leur permettant une viabilité commerciale. Elles exercent en revanche des tensions centripètes sur le bassin de production, révélant les rivalités territoriales internes. Elles morcellent l'espace d'approvisionnement des expéditeurs, qui en retour leur résistent.

III. La rencontre entre tensions centrifuges et centripètes : immobilisme et conflits dans le bassin de production

Dans le contexte actuel de la Moyenne Vallée du Rhône, est-il possible d'élaborer un projet commun de valorisation territoriale ? Nous proposons dans cette dernière partie de reprendre l'analyse des initiatives à l'œuvre de manière transversale afin de comprendre d'où vient leur échec. Trois facteurs explicatifs seront interrogés : l'applicabilité du référentiel des AOC/IGP aux fruits frais, la capacité des acteurs locaux à définir collectivement une ressource territoriale, et enfin, l'opposition entre les stratégies des producteurs et celles des expéditeurs.

1. Immobilisme quant à l'élaboration d'un référentiel AOC/IGP

En comparaison des filières viticoles et fromagères, où les produits sous AOC/IGP représentent des surfaces, un nombre d'exploitations et des volumes de production importants (Delfosse, 1992; Frayssignes, 2005), les outils que sont les AOC et IGP apparaissent timidement dans la filière fruitière[222]. Le nombre de fruits labellisés en AOC et en IGP montre une progression sensible entre 1993 et 2009 (Tableau 18), avec le passage de deux à onze

[220] En 2008, la production a été fortement touchée par la grêle, puis par le gel. Cette actualité a pris le dessus des dossiers traités par le CSF-RA.

[221] La réception et les réactions faites par les arboriculteurs responsables de Fruit Plus vis-à-vis de notre projet de thèse en témoignent également. Lors de la première présentation des hypothèses de recherche en janvier 2006, ils ont exprimé leur intérêt pour le sujet tout en précisant que cet intérêt était lié à l'importance de la crise actuelle. Le même sujet proposé quelques années auparavant (« *3 ans* » seulement selon l'un des responsables présents) aurait sans doute rencontré beaucoup plus de scepticisme de la part des principaux responsables des institutions du bassin.

[222] Une analyse très proche pourrait être faite pour la filière légumes.

AOC et la création de six IGP[223]. Les volumes de fruits et légumes produits en AOC sont multipliés par deux entre 1993 et 2004 pour atteindre le volume global de 30 000 t. en 2004 (Vernin, 2005), ce qui ne représente que 0,3% de la production française. On observe en revanche une stabilisation ces dernières années. Pourquoi y a-t-il si peu de signes d'identification de l'origine dans cette filière pourtant affectée par la concurrence internationale et la baisse des prix ?

L'analyse des cas existants en France permet de déterminer les caractéristiques des fruits qui bénéficient aujourd'hui d'une AOC ou d'une IGP, et les éléments définissant leur lien au terroir. En les confrontant à la production de la Moyenne Vallée du Rhône, nous questionnerons l'applicabilité du référentiel de ces SIQO à ce bassin de production.

a) Bilan des démarches IGP et AOC existantes en fruits

En France, les fruits bénéficiant d'un signe de qualité (Tableau 18) correspondent à de « petites » productions. Les volumes commercialisés sont très faibles. Par exemple, en 2004, les deux appellations de raisins AOC ont représenté en tout 6 956 t. (Vernin, 2005). Les exploitations concernées par une appellation sont également peu nombreuses : 5% des exploitations fruitières produisent sous AOC en 2000. Enfin, les surfaces occupées par des productions fruitières et légumières sous appellation sont faibles, avec 20 000 ha en 2000, soit 3,9% des surfaces françaises de fruits et légumes[224].

Tableau 18: Bilan des AOC et IGP existantes dans la filière fruits au 1er octobre 2009

11 AOC	6 IGP
Chasselas de Moissac – 1971	Clémentine de Corse – 2001
Châtaigne d'Ardèche – 2006	Fraise du Périgord – 1997
Figue de Solliès – 2006	Kiwi de l'Adour - 2009
Muscat du Ventoux – 1997	Mirabelle de Lorraine – 1994
Noix de Grenoble – 1938	Pommes et Poires de Savoie – 1994
Noix du Périgord – 2002	Pruneau d'Agen et prune d'Agen cuites - 1996
Olive de Nice – 2001	
Olive de la Vallée des Baux de Provence – 1997	
Olive de Nîmes – 2006	
Olive Noire de Nyons – 1994	
Pomme du Limousin – 2005	

Source : CTIFL, INAO, réalisation C. Praly.

L'analyse par produit montre que les AOC/IGP en fruits recouvrent deux grands groupes. Le premier rassemble des fruits qui bénéficiaient d'une appellation judiciaire ou d'un label régional français avant la réglementation européenne de 1992 sur les indications d'origine[225]. Ils ont été reconnus respectivement en Appellation d'origine protégée et en IGP presque automatiquement, suite à cette réforme. Les exigences quant à la démonstration de leurs liens au terroir étaient alors moins précises qu'elles ne le sont dans la nouvelle réglementation.

[223] Contre un nombre total de 427 AOC et 79 IGP existantes en France (Site de l'INAO, www.inao.fr, consulté en février 2007).

[224] Source : RGA 2000.

[225] Règlement n° 2081-92 du Conseil des communautés européennes du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires.

C'est le cas de la Noix de Grenoble AOC, du Chasselas de Moissac AOC, des Pommes et Poires de Savoie IGP, de la Mirabelle de Lorraine IGP. Ces produits jouissent aujourd'hui d'une notoriété élevée auprès des marchés et des consommateurs, mais le lien au terroir tel qu'exigé dans les dossiers actuels d'AOC et d'IGP est difficile à définir.

Le cas des pommes et poires de Savoie en constitue un bon exemple (Richer, 2007). La Savoie, qui bénéficie d'une image de montagne et de bon terroir est un territoire possédant de nombreuses indications géographiques. On connaît surtout celles concernant les fromages et les vins, mais les pommes et poires bénéficient également de cette identité et de cette dynamique territoriale. Revendiquant une production et une utilisation culinaire anciennes et réputées (depuis le XIXe siècle au moins), les vergers de Savoie et de Haute-Savoie possèdent un label régional depuis 1979. En 1996, la fédération des producteurs obtient la reconnaissance de ce label par une IGP au niveau de l'Europe et depuis 2004, les pommes et poires de Savoie sont identifiées par une Certification de Conformité de Produit[226] (CCP) qui inclut les diverses variétés de fruits cultivés. Cette CCP comporte aujourd'hui six variétés de poires et quinze variétés de pommes, produites dans les départements de Savoie, Haute-Savoie et cinq communes de l'Ain. Elle rassemble 30 % des arboriculteurs et représente 50% de la surface des vergers de cet espace. Le cahier des charges, de la production à la distribution, exige une entente et une homogénéité entre les producteurs, ce qui garantit une certaine stabilité du produit vendu. Les critères de qualification sont liés à de « *bonnes pratiques de production* », proches des normes de production raisonnée, et à la sélection des meilleurs terroirs agronomiques pour l'implantation des différents vergers, en fonction des espèces et des variétés. Le cahier des charges ne se réfère que très peu aux spécificités intrinsèques du produit, aucun test gustatif n'est réalisé. Les conditions climatiques de montagne, mises en avant dans les caractéristiques du terroir agronomique ne sont pas propres à la seule Savoie, et il est difficile de les différencier des productions de pommes du Pilat ou de pommes des Hautes-Alpes.

Le second groupe de fruits correspond aux appellations AOC et IGP obtenues après la réforme de 1992, donc selon une instruction du dossier plus exigeante quant à la démonstration du lien entre le produit et le terroir. Il est davantage constitué par des produits « oubliés » de la modernisation ou des petites productions de niches, qui bénéficient de stratégies de relance : les olives et huiles d'olives AOC (Durbiano, 2000), la Châtaigne d'Ardèche AOC, la Figue de Solliès AOC. Dans ce cas, les productions demeurent très confidentielles et le tout nouveau signe de qualité est difficile à valoriser. C'est le cas pour la Châtaigne d'Ardèche[227], qui a obtenu une AOC en 2006 mais dont les volumes certifiés sont relativement faibles. Les producteurs peinent à couvrir le surcoût de la certification, ce qui limite leur engagement dans la démarche. Leurs acheteurs habituels n'acceptent pas facilement de payer plus cher le même produit que l'année précédente, même s'il dispose d'une AOC. L'investissement collectif de départ, qui consiste à assumer les surcoûts sans pouvoir les valoriser immédiatement, le temps d'asseoir l'existence commerciale de la Châtaigne AOC et donc son prix, n'est pas facile à supporter pour les producteurs[228].

La Figue de Solliès est un autre exemple de ces petites AOC nouvelles (Moustier, 2007). Bassin historique spécialisé sur la figue pendant l'entre-deux-guerres, les 170 ha de figueries

[226]La certification de conformité produit atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des règles spécifiques et à des caractéristiques préalablement fixées (les « exigences et recommandations ») qui le distinguent du produit courant et qui portent, selon les cas, sur la production, la transformation ou le conditionnement.

[227] Enquête personnelle auprès du président du Syndicat de Défense des Producteurs de Châtaignes d'Ardèche AOC, rencontré lors des séries d'enquêtes en 2006 et en 2007.

[228]Dans le cas de la châtaigne, l'usage oublié de ce produit ne facilite pas non plus son essor commercial.

de Solliès produisent 75% des figues françaises en 1997. 90% de la production est constituée par une seule variété, la Bourjassote noire, dont les caractéristiques externes sont facilement identifiables : couleur violette de la peau, forme turbiniforme aplatie (en toupie), pulpe rouge foncée. C'est cette variété qui fait l'objet d'une AOC, obtenue en 2006. Le décret est très précis quant aux critères de qualification. Outre les articles classiques concernant l'aire géographique, les conditions de production et de commercialisation, il précise : la période de cueillette (15 août-15 novembre), la taille du fruit (diamètre supérieur ou égal à 40 mm), sa couleur (plus de 80% de violet sur l'épiderme) et sa teneur minimale en sucre (14°Brix). En 2006, 600 t. de figues sur les 1400 t. produites au total ont été certifiées en AOC, dont 90% sont mises en marché par la coopérative du bassin de Solliès, ce qui concerne une trentaine de producteurs principaux. Philippe Moustier souligne les nombreuses menaces quant à l'avenir de cette « *production de niche* », concurrencée sur le marché par les figues turques, et sur le foncier par l'urbanisation. Une meilleure valorisation est essentielle pour assurer le renouvellement des exploitants et des vergers. S'il est trop tôt pour évaluer l'impact économique de l'AOC, il semble qu'elle ait contribué à la mobilisation des collectivités territoriales pour la valorisation patrimoniale de ce fruit (signalétique « capitale de la figue », création de la fête de la figue).

Parmi les fruits AOC et IGP, les principales espèces de fruits d'été françaises ne sont pas représentées : ni pêches, ni abricots, ni cerises. Pourtant, de nombreux dossiers de demande d'IGP ont été déposés au début des années 2000 par les grands bassins de production de pêches et nectarines[229] : « pêche-nectarine de la Drôme » pour le bassin de la Moyenne Vallée du Rhône[230]; « pêche de Nîmes » pour le bassin de la Crau et « pêche du Roussillon » pour le bassin des Pyrénées-Orientales. Devant les difficultés de la reconnaissance du lien au terroir pour ces fruits, aucun n'a abouti. Cette situation a interpellé les services de l'INAO. Une étude spécifique a été menée pour définir les caractéristiques du lien au terroir des pêches-nectarines[231]. A partir de ce travail, un référentiel spécifique aux fruits frais a été élaboré, validé par le Comité National IGP de l'INAO en décembre 2006[232].

D'où viennent tant de difficultés pour les fruits ? La modernisation des bassins de production fruitiers aurait-elle été telle que le lien au terroir soit définitivement effacé ? Sur quels critères précisément des liens fruit-terroir manquent ? L'examen des démarches portées à l'aune du rapport d'orientation de l'INAO montre que la normalisation a fait son œuvre, et que des caractéristiques propres aux productions fruitières rendent difficile l'accès à l'IGP.

b) Difficultés pour la production fruitière d'accéder aux IGP/AOC

Deux caractéristiques fondamentales de la production fruitière posent problème pour l'accès aux AOC ou IGP.

L'arboriculture, particulièrement dans la Moyenne Vallée du Rhône, est une production extrêmement plurielle (multi-espèces, multi-variétés) dont la qualité est elle-même excessivement variable. La diversité des espèces et des variétés de fruits produits au sein des exploitations s'oppose à la logique de certification mono-produit qui sous-tend le système des

[229] Entretiens personnels avec le chef de Centre de l'INAO de Valence et avec une agent de l'INAO de Romans, rencontrés en septembre 2006, en février et mai 2007.

[230] (2004)

[231] D'abord, un mémoire d'ingénieur agronome a analysé les 3 dossiers déposés. Cette étude a ensuite été approfondie et généralisée par une commission d'enquête de l'INAO.

[232] Le rapport intitulé « *Orientations pour les demandes d'I.G.P. (Indication Géographique Protégée) concernant des fruits* » expose en 18 pages comment caractériser le lien au terroir pour des fruits frais (I.N.A.O., 2006).

SIQO français et européens. Une IGP ne peut porter que sur une seule espèce, en revanche, elle peut inclure plusieurs groupes variétaux « *à la condition que chaque groupe variétal ou sous-espèce contribue à la réputation du produit et fasse l'objet d'une description particulière.* » (I.N.A.O., 2006, p.7). Or, réaliser une description particulière de chaque variété nécessite un gros travail préliminaire sachant que pour couvrir une campagne de production pêche-nectarine, une même exploitation peut compter plus de 40 variétés. Le renouvellement rapide des variétés à l'œuvre dans la production de fruits rend encore plus difficile d'établir un référentiel stable. Enfin, la perte des variétés locales est handicapante : celles-ci constituent un élément objectivable du lien au terroir, mais ont été éliminées par la modernisation et la course à l'innovation variétale. Or, les attentes de l'INAO sont explicitées en gras : « *Il est souhaitable que l'IGP concerne une ou plusieurs variétés locales traditionnelles* » (I.N.A.O., 2006, p.8).

Les fruits frais sont parmi les produits agricoles les plus délicats et instables qui soient. Soumis aux aléas climatiques, très périssables, leur qualité varie annuellement et même quotidiennement. La mise en marché d'une cerise, d'une fraise ou d'une pêche constitue une véritable course contre la montre avant que le fruit ne se gâte. La variabilité des qualités s'exprime également à l'échelle de l'arbre pour certains produits, comme la pêche : un même arbre produit obligatoirement des pêches de moins gros calibre (notamment sur les branches inférieures), et des moins sucrées (notamment les dernières à mûrir). C'est l'inverse pour les fraises, les dernières à mûrir étant les plus riches en sucre et en goût. Cet état de fait rend difficile l'établissement d'un cahier des charges certifiant une qualité spécifique, différente et stable. La marge de manœuvre est réduite entre l'impératif de différencier la qualité et le risque de ne pas pouvoir agréer de volume de production suffisant. Ainsi, des labels rouges existent pour les pêches-nectarines et pour l'abricot Bergeron (gérés par Fruit Plus). Le premier permet de certifier chaque année quelques centaines de tonnes de pêches-nectarines (308t en 2005), tandis que le second, déposé en 2001, n'a finalement jamais été utilisé. Des critères trop élitistes en termes de taux de sucre et de calibre le rendent inapplicable.

Enfin, malgré la grande modernisation et standardisation des pratiques, la production fruitière demeure encore très aléatoire. Producteurs et techniciens, pourtant fins connaisseurs de leurs vergers, ne s'expliquent pas toujours les résultats qualitatifs constatés. Une réflexion a été menée sur cette question lors d'une des réunions de l'association « IGP Bergeron de Haute Ardèche »[233]. Il s'agissait de tirer le bilan de la campagne 2006 et des résultats des tests qualitatifs réalisés par le technicien de la Chambre d'agriculture[234]. L'ensemble des producteurs présents constatait un problème rencontré cette saison en termes de tenue du fruit et de faible coloration. Ils ne purent se l'expliquer autrement que par l'hypothèse de l'effet de la canicule de juillet[235]. Ainsi, même une variété aujourd'hui bien connue dans la Moyenne Vallée du Rhône comme le Bergeron donne parfois des résultats qualitatifs qui surprennent les meilleurs spécialistes.

L'organisation de la filière en bassins de production standardisés pour l'expédition, qui s'est accompagnée d'une perte d'identité commerciale des bassins historiques, constitue la seconde difficulté pour accéder aux AOC et IGP. La preuve de l'existence d'une notoriété commerciale de la dénomination géographique est en effet une exigence de l'INAO. Or, en

[233] Réunion en automne 2006, à laquelle nous avons participé.

[234] Soulignons ici que ce technicien est en poste depuis une trentaine d'années et est considéré comme spécialiste de la production d'abricots Bergeron.

[235] Un autre résultat de cette observation est le constat que les producteurs échangent peu entre eux sur leurs résultats qualitatifs. Chacun avait observé ces problèmes chez lui, et fait des hypothèses explicatives qui relevaient parfois du contexte local (problèmes sanitaires de bactériose sur le plateau). Ce n'est que la mise en commun des observations réalisées lors de cette réunion qui a permis d'émettre une explication plus générale.

dehors de l'origine « France » mentionnée dans les linéaires, les consommateurs ne connaissent pas la provenance des fruits, et n'y accordent pas d'importance. Face à cette situation, les dossiers de demande d'IGP argumentent sur l'utilisation de « l'origine commerciale » dans l'expédition des fruits, c'est-à-dire que le département de production est mentionné sur les étiquettes normalisées. Cet argument n'est pas recevable pour l'INAO car cette origine n'est pas un argument de différenciation, seulement une indication de traçabilité. La notoriété de l'origine fait donc défaut. Une remarque formulée en gras dans le rapport d'orientation explicite cette réserve : « *Il existe un risque, dans les filières où les noms des bassins de production des fruits ne sont pas ou peu utilisés, que l'IGP ne réponde pas aux attentes des producteurs et ne soit pas utilisée après enregistrement.* » (I.N.A.O., 2006, p.4).

De même, dans le cas du projet d'IGP « Bergeron de Haute Ardèche », l'une des principales questions posées par les agents de l'INAO de Romans concernait l'utilisation actuelle de la dénomination « Haute Ardèche » et sa reconnaissance commerciale. En dépit de l'existence de la marque privée de l'association des Vergers Nord Ardèche, les producteurs ne purent justifier la notoriété de cette dénomination.

Définir le lien au terroir d'après le référentiel officiel de l'INAO dans les bassins de fruits d'été ayant suivi le modèle de modernisation pour l'expédition est donc difficile au regard des spécificités de ces productions : la variabilité de la qualité, la pluralité des espèces et des variétés, et le manque de notoriété commerciale de l'origine des productions. La logique de normalisation de la spécificité d'un seul produit, qui est celle des SIQO, ne correspond pas au fonctionnement des bassins de productions fruitiers, fondé sur la diversité des produits. L'organisation actuelle de la filière, pilotée par les exigences de la grande distribution renforce les difficultés. Non seulement la notoriété commerciale des bassins historiques a été gommée, mais en outre la grande distribution n'est pas réceptive[236] à l'émergence de fruits IGP qui redonneraient du poids à la production dans le rapport de négociation. Les enseignes préfèrent développer leurs MDD « terroir », comme « Terre et Saveur » chez Casino, ou « premium », telle la filière « Engagement Qualité Carrefour ».

La valorisation économique des AOC et IGP n'est finalement pas assurée dans les circuits d'expédition standard. Que ce soit par une AOC, une IGP, ou même avec des outils d'identification de l'origine plus souples, comme les marques territoriales, il est nécessaire d'élaborer une organisation commerciale adaptée. Pourtant le SIQO ou la marque sont trop souvent perçus par les producteurs comme la finalité d'un projet qui leur permettra de mieux valoriser leurs produits[237]. Elaborer un référentiel de qualité ainsi qu'une stratégie commune nécessite alors de s'entendre collectivement sur une même vision du projet.

2. Conflits quant à la définition de la différenciation à construire

Avoir une vision partagée de la spécificité à valoriser et de la manière dont on la définit n'est pas facile, surtout si les acteurs impliqués se réfèrent à différents modèles productifs, comme c'est le cas dans la Moyenne Vallée du Rhône. Comment un producteur de la montagne ardéchoise parvient-il à expliciter sa perception de la qualité de ses abricots devant le directeur de la coopérative de la vallée ? Comment parviennent-ils ensuite à s'entendre sur une définition commune ?

[236] Réponse donnée par tous les responsables de station d'expédition rencontrés au cours de nos enquêtes personnelles, sans exception.

[237] Ces deux points sont le plus souvent traités comme deux étapes indépendantes et s'enchaînant chronologiquement : d'abord on certifie, ensuite on cherche comment valoriser ce nouveau produit. Or, les mentions valorisantes ne sont que des outils au service d'une stratégie de valorisation, et non le contraire.

Les travaux menés en sciences régionales et en sociologie de l'innovation offrent un cadre théorique qui nous permet d'analyser ce processus afin de révéler ce qui sous-tend les conflits exprimés dans la Moyenne Vallée du Rhône.

a) Reconnaissance collective d'une ressource : cadre théorique

La reconnaissance collective d'une ressource dépend des représentations des acteurs et de leur capacité à les remettre en question : « *sans identification, c'est-à-dire sans capacité de réinventer le territoire, de redonner aux objets un nouveau sens, la création de ressource ne peut se faire.* » (Kebir, 2006, p.718). Cette nécessaire redéfinition de l'objet est également décrite par les anthropologues lors de la construction d'un panier de biens à partir de ressources patrimoniales (Berard et al., 2006). Ils proposent un schéma en cinq étapes, dont les deux premières concernent la reconnaissance/création de la ressource patrimoniale : d'abord, une lecture sélective du passé fait émerger certaines productions comme traditionnelles ; ensuite, une seconde lecture rend certaines d'entre elles patrimoniales en opérant un changement de statut, une mutation de fonction et d'usage des objets et des pratiques. Les géographes détaillent davantage encore le processus de « révélation » de la ressource patrimoniale (Francois et al., 2006). Il y a d'abord sélection des objets, puis justification de ce choix ce qui entraîne un changement de statut. Ensuite viennent les étapes de conservation (avec modification d'état) puis de mise en exposition (modification d'usage). Les deux premières étapes sont de l'ordre du discours et conduisent à fixer l'objet sous une acception collective, tandis que les suivantes relèvent du champ de l'action.

Or la capacité de redéfinition collective n'est pas évidente, surtout lorsqu'il s'agit de réenvisager l'usage ou le sens d'objets de l'environnement proche et quotidien (au contraire des ressources patrimoniales sélectionnées dans le passé). Elle peut même créer des conflits entre groupes sociaux, ou le manque d'adhésion des acteurs locaux au projet. A ce moment, la relation objet/système de production étant en pleine émergence, elle est fragile, et repose souvent sur des acteurs individuels, des visionnaires qui croient au projet ou des acteurs qui sont liés à l'objet. Si ceux-ci disparaissent, la ressource peut disparaître aussi. « *Plus l'identification de la ressource est collective, plus un grand nombre de personnes reconnaît le potentiel ressource de l'objet et plus le risque de découplage se réduit.* » (Kebir, 2006, p.718).

Le passage par une mise en discussion collective, par des débats, peut alors s'avérer nécessaire. La notion de réseaux d'acteurs, ou réseaux socio-techniques développée par le sociologue Michel Callon peut expliquer la production et la diffusion de nouveaux objets (Callon, 1986). Selon cette approche, l'objet sera mis en discussion au sein du réseau, lieu de controverses, de consensus, de compromis. Et l'élaboration d'un nouvel objet, autrement dit la reconnaissance de la ressource, ne sera possible que si finalement il y a stabilisation d'une acception collective au sein du réseau. Ce processus est appelé traduction, ce qui désigne la mise en réseau progressive, la mise en relation d'intérêts hétérogènes, qui inclue des ajustements, des opérations de détournement, de captation des intérêts, d'évolution des objectifs poursuivis par les divers acteurs et de la définition même de ce qu'ils sont.

Nous rejoignons ici les observations de Leila Kébir (2006) qui constate que la dynamique de la mise en valeur est associée à une coordination par le réseau, ce qui correspond à une phase d'innovation. La coordination par le réseau permet non seulement la mise en débat et l'identification collective de ressources territoriales, mais elle permet également de diffuser l'idée nouvelle vers le plus grand nombre de personnes, afin de réunir les forces nécessaires pour élaborer le projet de valorisation de ces ressources.

Ainsi, dans le cas de la Moyenne Vallée du Rhône qui est celui d'une dynamique émergente, le processus collectif de reconnaissance et définition de la ressource dépend, d'une part, des

représentations préexistantes des acteurs, et d'autre part, des débats et controverses menés au sein des réseaux sociotechniques porteurs de la démarche.

b) Influence des réseaux professionnels sur la reconnaissance collective de la différenciation

Dans la Moyenne Vallée du Rhône, les tentatives d'identification territoriale sont portées par différents types de collectifs d'acteurs, comparables à des réseaux sociotechniques. Au sein de ces réseaux le débat porte sur la définition de ce qui, dans le lien entre l'arboriculture et le territoire, peut constituer une différenciation pour la production.

La question des liens qualifiants entre arboriculture et territoire peut intervenir comme objet nouveau au sein de réseaux d'acteurs préexistants, porteurs de représentations et de valeurs relativement stabilisées. Cette configuration sociale regroupe les cas des trois projets d'IGP pêches (de l'Eyrieux, du Pays de Châteauneuf et de la Drôme). Chaque réseau exprime ses propres représentations de ce qu'est son territoire, de ses liens à l'arboriculture, et de la différenciation qui en découle, donc de la ressource qu'il souhaite valoriser (Tableau 19).

Tableau 19: Représentations de la ressource dans les réseaux préexistants

	Territoire revendiqué	Liens arboriculture-territoire revendiqués	Ressource différenciative revendiquée
Pêche de l'Eyrieux	Vallée de l'Eyrieux, appelée « terroir »	Histoire Savoir-faire	Valeur patrimoniale et qualité gustative
Pêche de Châteauneuf	Cinq communes, appelées « terroir »	Conditions pédoclimatiques Savoir-faire	Qualité commerciale supérieure
Pêche de la Drôme	Bassin de production	Antériorité Savoir-faire /adaptation des hommes	Capacité d'adaptation des hommes

Dans chacun des cas, il est difficile pour les acteurs porteurs de ces projets de « sortir » de leurs représentations initiales[238]. Finalement, dans un réseau préexistant, l'objet « liens qualifiants entre arboriculture et territoire » reste appréhendé à travers le prisme du référentiel commun préétabli. Pour les initiatives locales, il est inspiré des « produits de terroir » : on retrouve les notions de patrimoine, de tradition, de savoir-faire et de qualité. En revanche, pour l'initiative portée par le système d'encadrement du bassin (Fruit Plus), ce référentiel rappelle celui du modèle de production-expédition, avec les notions d'innovation et de savoir-faire de commercialisation. Lorsque les réseaux sociaux porteurs de ces référentiels préétablis se rencontrent, il y a mise en débat.

C'est ce qui est observé dans les cas où les réseaux sont construits de toutes pièces en réponse aux nouveaux enjeux de valorisation territoriale de l'arboriculture. Le réseau ainsi créé fédère des acteurs ayant une même idée du lien entre arboriculture et territoire qu'ils veulent mettre en avant. Il rassemble ainsi des personnes pouvant venir de différents réseaux sociaux préexistants. Le collectif doit donc composer avec les « anciennes » appartenances des participants, dans l'objectif d'établir un nouveau référentiel cognitif commun définissant la

[238] Et ceci malgré les demandes de précision de la part de l'INAO pour le projet d'IGP pêche-nectarine de la Drôme.

ressource territoriale. Les différences de représentations, de vocabulaire, de références de chacun sont alors être mises en débat.

L'exemple de la démarche pour l'IGP « Bergeron de Haute Ardèche » illustre bien la complexité de la situation. Une association nouvelle a été créée autour de la volonté commune de différencier les abricots de « Haute Ardèche » par rapport à ceux de la Drôme. Le réseau rassemble alors des producteurs d'appartenances syndicales opposées, de stratégies commerciales diverses, localisés sur le plateau ou sur les rives du fleuve. Les référentiels cognitifs rattachés à ces appartenances n'ont pas manqué de s'exprimer dans les débats, notamment sur la différenciation souhaitée.

Parfois la discussion est explicitée par les acteurs. C'est le cas de celle sur le terme « *petite exploitation* » : proposé par un montagnard en opposition au modèle productif intensif de la vallée, il est traduit comme une accusation de « *mauvais producteur* » envers les arboriculteurs concernés. Cette capacité à comprendre ce que sous-entend l'autre est liée au fait que le débat concernant la taille des exploitations oppose depuis longtemps les deux syndicats représentés ici, la Confédération Paysanne et la FNSEA. Mais dans les controverses plus complexes, en particulier sur la question de la différenciation liée à la délimitation, il est évident que les acteurs manquent de recul pour poser eux-mêmes les termes de la mésentente. Ainsi, malgré un objectif initial de différenciation qui rassemblait de nombreux producteurs, le réseau composite n'est pas parvenu à s'accorder sur les liens au territoire à mobiliser, ni sur la manière de les valoriser. Il n'y a pas eu construction de ressource territoriale.

En définitive, la reconnaissance collective d'une ressource territoriale nouvelle nécessite pour les acteurs du bassin, producteurs et expéditeurs, une remise en question de trois grands types de représentations : celles du métier d'arboriculteur (définition du bon producteur, de ses pratiques, de la qualité du fruit), celles liées au territoire (le territoire d'appartenance, sa signification), et celles des liens entre arboriculture et territoire (liens patrimoniaux, terroir agronomique, savoir-faire, etc.). Ainsi, le processus de reconnaissance collective des ressources territoriales est non seulement influencé par les rapports qu'entretiennent les acteurs avec leurs territoires (espace, réseaux sociaux, identité.), ce que Julien Frayssignes nomme « *imprégnation* » dans sa thèse (2005), mais également par les rapports qu'ils entretiennent avec leur métier et leurs réseaux professionnels. Dans la Moyenne Vallée du Rhône, trouver une entente collective demeure difficile : soit les réseaux préexistants conservent leurs représentations propres, soit les réseaux nouveaux composites ne parviennent pas à un accord.

3. Opposition entre tensions centripètes et centrifuge

L'incapacité de répondre aux exigences de l'INAO pour obtenir une IGP et la difficulté à définir collectivement une différenciation ne sont pas les seuls freins à l'émergence d'une valorisation territoriale dans la Moyenne Vallée du Rhône. L'analyse des différentes initiatives montre que même lorsqu'un outil est mis en place (cas de « Goûtez l'Ardèche » et de l'identifiant « Rhône-Alpes »), la réussite commerciale n'est pas au rendez-vous. Un enseignement central peut en être tiré, la nécessité d'élaborer une stratégie de valorisation qui mette en cohérence quatre éléments : l'échelle géographique de la différenciation, la définition de la qualité qui lui est associée, les marchés visés et l'organisation commerciale permettant de les atteindre.

Or, dans la Moyenne Vallée du Rhône, les logiques des projets de valorisation territoriale de la production et la logique d'expédition du bassin exercent des tensions centripètes et centrifuges qui rendent difficile la conciliation de ces quatre éléments. Définissons les

stratégies des acteurs soumis à ces tensions avant d'exposer comment elles s'opposent et les conséquences de cette situation.

a) Deux types de stratégie d'acteurs

Les tensions centrifuges et centripètes à l'œuvre dans le bassin de production se traduisent, au niveau des opérateurs concernés, par deux grands types de stratégie (Tableau 20). La première est celle des opérateurs de l'expédition, soumis à la tension centrifuge exercée par l'aval de la filière. La pression concurrentielle orchestrée par une grande distribution concentrée sur une offre internationale atomisée affecte pleinement la rentabilité des expéditeurs de la Moyenne Vallée du Rhône. Ainsi, ces opérateurs, qui subissent de plein fouet cette pression, la traduisent en une organisation qui dilue le bassin de la Moyenne Vallée du Rhône. Leur stratégie globale de valorisation est celle d'une offre de volumes de produits standardisés, homogénéisés, correspondant à la demande des marchés d'expédition nationale et export. Leur aire d'approvisionnement est structurée à l'échelle du bassin et s'élargit à la production du sud de la France. La qualité est définie par les normes commerciales en vigueur ainsi que par les référentiels qualité internationaux et les cahiers des charges des clients. L'organisation commerciale consiste en l'assemblage de volumes de fruits expédiés vers les centres de gros (centrales d'achats et grossistes). Cet assemblage amène à la création de bureau de vente ou de sociétés commerciales qui fédèrent plusieurs expéditeurs, donc des échelles d'approvisionnement d'autant plus vastes.

La seconde stratégie est celle des producteurs et de leurs organisations professionnelles, moteurs des tensions centripètes par leurs projets d'identification territoriale des fruits.

Nous appelons cet effet « tensions centripètes » parce qu'il est pluriel et multi scalaire. La chronologie des démarches décrit un encastrement des échelles entre elles, qu'il est nécessaire mais difficile de coordonner pour envisager un projet viable. Un premier niveau de « décrochage » est observé entre la cohésion sociale et territoriale des initiatives locales (Châteauneuf-sur-Isère, Eyrieux), et la recherche d'échelles de production fournissant des volumes commercialement significatifs (Nord Ardèche, Moyenne Vallée du Rhône). Un second niveau de déclinaison est celui observé entre les échelles administratives qui sont celles des institutions (OPA) pouvant porter un projet (Ardèche, Rhône-Alpes) et l'échelle de la réalité productive des professionnels. Les tentatives menées pour encastrer ces échelles, comme dans le cas de l'IGP « pêche-nectarine de la Drôme » qui rassemblait le projet de l'Eyrieux et celui de Châteauneuf, se heurtent aux rivalités territoriales existantes à l'intérieur du bassin de production, entre montagne et vallée, et surtout entre Drômois et Ardéchois. La limite départementale apparaît en effet comme une frontière sociale que seuls les responsables professionnels acceptent volontiers de gommer[239]. Ce premier élément limitant la coordination entre les échelles des projets est d'autant plus exacerbé que le bassin de production dans son ensemble ne dispose pas d'une identité territoriale qui pourrait être fédératrice et adoucir ces rivalités territoriales.

La stratégie de valorisation portée par les producteurs vise avant tout à différencier la production en mettant en avant des caractéristiques particulières de certains espaces du bassin. Pour cela, elle mobilise des marques territoriales porteuses de notoriété (cas de l' « Ardèche ») ou revendique une spécificité liée à un terroir agronomique (cas des fruits « Haute Ardèche ») et/ou des savoir-faire particuliers (cas de la pêche de Châteauneuf ou de l'Eyrieux). La qualité est donc définie par un référentiel cognitif, différent des normes du marché standardisé. La référence à l'espace de production permet de rendre la plus-value espérée non délocalisable. L'aire du projet correspond à l'échelle de la ressource territoriale

[239] La fusion de certains services des Chambre d'agriculture dans l'association Fruit Plus en témoigne (cf chapitre 1).

revendiquée, délimitée par les spécificités mises en avant et par la territorialité propre des acteurs. Excepté dans le cas de l'identifiant « Rhône-Alpes », l'échelle de ces projets est toujours inférieure à celle du bassin de production, et ne correspond que rarement à des échelles de territoires administratifs (cas de « Goûtez l'Ardèche ») (Carte 12). Ces projets ne précisent ni les marchés visés, ni l'organisation commerciale pour les atteindre. Pour les producteurs, l'idée implicite est que les fruits identifiés seraient valorisés sur les marchés d'expédition par les opérateurs de mise en marché habituels. Seule la démarche de l'identifiant « Rhône-Alpes » vise à conquérir un marché particulier, le marché régional, mais sans modifier le fonctionnement des expéditeurs. En définitive, les démarches de valorisation territoriale observées en Moyenne Vallée du Rhône correspondent à des stratégies de différenciation de la production, et non de valorisation, puisqu'elles n'intègrent pas la dimension commerciale.

Tableau 20 : Les deux stratégies s'exprimant en Moyenne Vallée du Rhône

Stratégie / Points clefs	Expédition (expéditeurs)	Identification territoriale (producteurs)
Echelle de la production	Moyenne Vallée du Rhône + sud de la France (tension centrifuge)	Variable : locale ou sur limites administrative (tensions centripètes)
Qualité des fruits	Normes commerciales internationales	Définitions cognitives variables d'après leurs liens au territoire
Marchés visés	Expédition nationale et export	Non précisé
Organisation commerciale	Bassin de production-expédition	Aucune

Réalisation C. Praly.

C'est sur ce point, celui de l'organisation commerciale, que se rencontrent nécessairement les deux stratégies, tout en s'opposant sur chacun des autres éléments (Tableau 20). Elles présentent en effet des échelles de projet qui s'affrontent (tensions centripètes / centrifuge) ainsi que des conceptions de la qualité différentes (normalisée / qualité cognitive liée à la spécificité d'un espace). Mais elles sont interdépendantes l'une de l'autre puisque la grande majorité des producteurs du bassin commercialise par les expéditeurs.

b) Conflit et dépendance entre producteurs et expéditeurs

Cette situation entre opposition et dépendance conduit à des jeux d'acteurs entre producteurs et expéditeurs qui expliquent la difficulté de construire une initiative collective.

Les démarches collectives d'identification territoriale, portées par les producteurs, peinent à trouver un système de mise en marché adapté. Pour des petits volumes, les fruits peuvent être triés et conditionnés sur les exploitations, mais la question de l'homogénéité des pratiques demeure délicate. L'expérience de la marque « Montagne de l'Ardèche » montre la difficulté de fournir une qualité homogène lorsque les fruits sont calibrés et commercialisés par plusieurs exploitations indépendantes. L'élaboration d'un référentiel de pratiques assurant une homogénéité de l'offre nécessite l'acceptation d'un cahier des charges précis et rigoureux, donc une définition communément appropriée de la qualité, ce qui est difficile à satisfaire dans ce bassin. Pour des plus grands volumes, nécessaires pour assurer une existence commerciale de la démarche, les producteurs sont obligés d'avoir recours aux expéditeurs existants, situés dans la vallée du Rhône.

Or, on observe une résistance des metteurs en marché face aux initiatives d'identification territoriale. Elles menacent de fractionner leur bassin d'approvisionnement et leurs stratégies d'offre de volumes de produits standardisés. Par ailleurs, les marchés d'expédition visés par ces opérateurs ne sont pas réceptifs pour ces types de valorisation territoriale. Enfin, pour les entreprises d'expédition, qu'elles aient un statut privé ou de coopérative, les stratégies individuelles (ou d'entreprises) demeurent dominantes et difficiles à modifier. De fait, une station d'expédition qui traite des milliers de tonnes de fruits est fortement contrainte par son équipement de calibrage et de stockage. Le matériel nécessaire, devenu de haute technologie et très spécialisé nécessite des investissements lourds et exige donc un chiffre d'affaires permettant de couvrir ces charges. Enfin, l'expéditeur est contraint par les stratégies commerciales élaborées depuis plusieurs années, construites sur des relations commerciales privilégiées, sur des contrats ou des cahiers des charges de distributeurs. On ne modifie pas cela en une campagne. Le niveau des investissements et l'importance d'assurer l'écoulement des fruits font qu'un opérateur de l'expédition ne peut prendre de risque, ni financier, ni commercial.

La « rencontre » entre les deux types d'opérateurs et leurs stratégies s'inscrit donc dans une relation de dépendance teintée de rapport de forces. Si les expéditeurs s'opposent aux initiatives d'identification territoriales, ils le font de manière peu explicite. L'enjeu pour eux consiste à conserver leurs apporteurs, donc à ne pas froisser les producteurs, tout en maintenant leurs règles de production et de définition de la qualité (elles-mêmes provenant de la réglementation européenne et de l'aval). Cela les conduit parfois à adopter une posture « *politiquement correcte* » devant certaines démarches : ils participent aux réunions, déclarent s'intéresser au projet, mais finalement ne l'appliquent pas.

En ce qui concerne les producteurs, les démarches visant des IGP locales (Eyrieux, Châteauneuf, Haute Ardèche) constituent des tentatives de « reprise de pouvoir » par les producteurs sur le modèle imposé par le bassin de production-expédition. C'est ce que révèle l'exemple de l'IGP « Bergeron de Haute Ardèche ». On pourrait en effet s'étonner du refus des producteurs à élargir le projet à l'ensemble de l'aire de production du Bergeron puisque celle-ci correspond justement au bassin de la Moyenne Vallée du Rhône. Or, ce refus catégorique d'intégrer les contingences du fonctionnement des expéditeurs (comme leur aire d'approvisionnement) montre à quel point les producteurs souhaitent affirmer leur indépendance vis-à-vis de ces opérateurs. L'enjeu est de renverser le rapport de forces avec les expéditeurs, et par conséquent avec le marché, pour pouvoir imposer leur définition de la qualité et mieux valoriser leurs fruits.

Au lieu d'aller vers l'articulation des deux parties, cette « guerre de positions » entre des opérateurs interdépendants les uns des autres conduit à des divisions internes au bassin.

c) Un effet de divisions internes au bassin

L'effet de divisions porte à la fois sur la géographie de la production et les liens sociaux entre acteurs. La production est segmentée selon une double partition, liée aux exigences des outils d'identification territoriale utilisés. Il y a d'abord partition par le produit : les démarches ne prennent généralement en compte qu'une seule espèce (IGP pêche-nectarine, abricots et cerises Montagne de l'Ardèche), voire une seule variété (IGP Bergeron de Haute Ardèche). Il y a également partition par espace géographique, les démarches portant sur des échelles inférieures à celle de la Moyenne Vallée du Rhône. Pour le bassin, cela conduit à une segmentation de la gamme de production encore plus importante.

En conséquence, les divisions stratégiques entre les acteurs du bassin sont renforcées. Les producteurs se trouvent mis en concurrence entre eux selon qu'ils appartiennent ou non à l'aire géographique de la démarche, ou qu'ils cultivent ou non l'espèce considérée. Ensuite,

l'opposition s'exprime entre les producteurs et les metteurs en marché. Enfin, des divisions peuvent apparaître également entre les expéditeurs eux-mêmes, selon qu'ils soient concernés ou non par une démarche de valorisation territoriale.

Cette division à la fois spatiale et sociale au sein du bassin ne se traduit pas pour autant par une territorialisation des réseaux porteurs des initiatives. Les démarches, même si elles revêtent un objectif de territorialisation du produit, demeurent coordonnées uniquement par les acteurs de la filière. Les exemples des IGP pêche de l'Eyrieux et pêche du pays de Châteauneuf montrent qu'à partir du moment où la dynamique initiale, qui pouvait être territoriale, prend une tournure de certification officielle, elle s'accompagne d'un resserrement professionnel du collectif. Dans le cas de l'Eyrieux, il y a même création d'une seconde association constituée uniquement d'arboriculteurs. Il n'y a pas non plus d'échange avec les autres filières productives, agricoles ou non. Même la possibilité qu'il puisse y avoir des synergies entre productions ou entre agriculture et tourisme n'est pas évidente. Pour exemple, lorsque nous interrogeons le président d'une des associations sur ses « *partenariats hors filière* »[240], il évoque uniquement les opérateurs de mise en marché et le technicien arboricole. Cela montre dans quelles appartenances professionnelles les arboriculteurs se positionnent : essentiellement entre producteurs. Les autres opérateurs de la filière et les acteurs de l'encadrement appartiennent à « l'extérieur ».

Enfin, les relations avec les collectivités territoriales se bornent souvent à quelques demandes de financement. Il y a d'ailleurs rarement cohérence entre les échelles des projets des producteurs et les délimitations administratives, ce qui pose problème quant à l'accord des collectivités et leur légitimité à soutenir ces projets. Par exemple, l'association Verger Nord Ardèche avait sollicité le Pays Ardèche Verte pour soutenir leur projet de marque et d'IGP. Le fait que le projet couvrait une aire dépassant les limites du Pays posa problème dans l'instruction de la demande. Il n'y eu finalement pas d'aide versée à l'association.

Le rapport de forces qui s'exprime entre la stratégie des expéditeurs et les collectifs de producteurs revendiquant une identification territoriale de leurs fruits exerce un effet de divisions spatiales et sociales au sein du bassin, sans pour autant s'accompagner d'une territorialisation des réseaux. Les dynamiques demeurent sectorielles, ne s'articulant ni avec les autres secteurs économiques locaux, ni avec les collectivités territoriales.

En définitive, trois facteurs permettent d'expliquer les échecs des initiatives d'identification territoriales. D'abord, le cadre normatif des AOC/IGP est mal adapté aux particularités du bassin arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône. Par ailleurs, la reconnaissance collective d'une qualité différenciée est rendue difficile lorsque les acteurs, appartenant à différents réseaux professionnels, n'ont pas les mêmes représentations de l'arboriculture et de ses liens avec le territoire. Enfin, l'opposition entre les tensions centripètes créées par les initiatives d'identification territoriale et la tension centrifuge exercée par l'aval sur les expéditeurs ne permet pas l'élaboration d'une stratégie commerciale collective. Elle conduit en revanche à des divisions spatiales et sociales au sein du bassin.

[240] Terme exact utilisé lors de l'entretien.

Soumis à la double tension centrifuge de la logique d'expédition et centripète des initiatives d'identification territoriale, le bassin n'évolue explicitement dans aucune des deux directions, qui se contrarient l'une l'autre. Cet immobilisme n'est pas paisible, il est au contraire traversé par des affrontements : les producteurs et leurs organisations se mobilisent pour différencier leur production locale et ainsi contre-carrer la logique d'élargissement de l'approvisionnement des expéditeurs. Mais ceux-ci, opérateurs incontournables pour la commercialisation, résistent à ces initiatives qui ne correspondent pas aux exigences imposées par leurs marchés d'expédition. Ainsi, les initiatives d'identification avortent. Elles n'en exercent pas moins des tensions centripètes sur le bassin : les représentations des acteurs évoluent quant à leur métier et à ses liens au territoire, des effets de divisions spatiales et sociales se font sentir autour de la revendication de telle ou telle spécificité territoriale.

Le modèle de production-expédition, soutenu par les organisations syndicales de la Moyenne Vallée du Rhône, apparaît encore dominant. Les acteurs qui le portent refusent toute initiative d'identification territoriale qui risque de le morceler. Ainsi, les démarches locales sont exclues du système : rejetées par les opérateurs de l'expédition et non soutenues par les élus agricoles (cas de l'Eyrieux, de Châteauneuf-sur-Isère, du Bergeron de Haute-Ardèche). Les organisations professionnelles agricoles portent, en revanche, des projets qui permettent d'englober l'ensemble de la production de leurs territoires d'action, sans aucune segmentation (IGP pour la Moyenne Vallée du Rhône, marque « Goutez l'Ardèche », identifiant « Rhône-Alpes »), ce qui répond davantage à une logique syndicale qu'à une stratégie de différenciation.

Conclusion de la Première Partie

L'analyse systémique du bassin de production et des stratégies des acteurs qui le composent, menée à plusieurs pas de temps et d'échelles, montre l'interdépendance entre un modèle productif et son contexte à la fois local et global.

Le jeu d'échelles à un moment donné (2006) permet, dans un premier chapitre, de révéler la logique de fonctionnement d'un bassin de production *a priori* surprenant : structuré à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône, il recouvre une diversité de territoires productifs infra-départementaux dont les fruits, également divers, sont expédiés sur les marchés standards nationaux et d'export. L'articulation entre ces trois échelles, celle des territoires productifs, du bassin de production et des marchés d'expédition, est organisée selon un modèle productif structurant et définissant le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône, le modèle de production-expédition.

Dans un second chapitre, l'analyse du bassin dans le temps long éclaire les conditions et la logique dominante dans lesquelles il s'est construit. Ici également, la prise en compte des jeux d'échelles révèle comment les acteurs locaux ont su tirer partie du contexte national favorable pour développer l'arboriculture selon un modèle productif dominant : l'expansion des productions dédiées à l'expédition.

Enfin, l'articulation entre les logiques temporelles et les jeux d'échelles permet d'analyser, dans un troisième chapitre, comment le bassin réagit et s'adapte aux évolutions structurelles des années 1990, entre ouverture du marché et développement des démarches de qualité territorialisée. Le modèle de production-expédition de la Moyenne Vallée du Rhône n'est plus compétitif dans ce contexte. Il est soumis à une double tension : la logique d'expédition produit un effet de dilution dans la filière nationale (force centrifuge) alors que la recherche d'identification territoriale exerce un effet de morcellement territorial.

Ainsi, si l'organisation héritée du bassin de production-expédition n'est plus efficace dans le contexte politico-économique actuel, aucune solution évidente ne se dégage à l'échelle collective et formelle de ce bassin, qui demeure aujourd'hui encore dominé par le modèle productif de production pour l'expédition.

La notion de bassin de production demeure-t-elle pertinente pour saisir l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, dont l'espace est constitué de plusieurs territoires et la filière est traversée de tensions spatiales contraires ? Son intérêt réside dans sa capacité à expliquer les résistances du système hérité, sous-tendu par un modèle productif et défendu par des institutions d'encadrement dominantes, ici les organisations syndicales investies par les arboriculteurs. Néanmoins, sans l'approche en termes de ressource territoriale en dynamique d'émergence, empruntée à Leïla Kébir (2006), la notion de bassin de production offrirait une lecture trop monolithique. Considérer les interactions entre les initiatives émergentes et le système productif dominant (le bassin de production-expédition) révèle en effet le principal point de blocage : la première mise en marché des fruits. Le manque de stratégie collective de valorisation entre les producteurs et les principaux opérateurs de l'expédition explique l'échec des différentes initiatives intentées.

Quelles sont donc les perspectives pour ce bassin de production ? L'opposition entre les initiatives d'identification territoriale et la stratégie d'expédition peut-elle conduire à un éclatement du bassin en plusieurs systèmes productifs indépendants ? C'est ce qui est décrit par Eric Manouvrier dans le cas de l'endive du Nord (2004; 2008). Il montre comment les bassins de production industriels se développent à l'écart des bassins traditionnels. Ces derniers développent des stratégies de « produits de terroir » avec l'appui des collectivités territoriales, mais en conflit avec les institutions syndicales qui encadrent et défendent le modèle industriel. Or, dans notre cas l'analyse montre qu'il n'y a pas séparation entre les deux logiques en présence, qui demeurent interdépendantes : les expéditeurs ne s'émancipent pas de la production locale, et les initiatives d'identification territoriales ne se construisent pas sans eux. Il s'agit donc à présent de dépasser la question du conflit pour analyser l'articulation possible entre des logiques de valorisation territoriale et des logiques d'expédition.

Deuxième Partie

Stratégies de valorisation des arboriculteurs, entre circuits d'expédition et circuits de proximité

"Allez faire comprendre que les choses les plus importantes sont celles qui n'existent pas ou à peine..."

Jankelevitch, cité par F. Pernet, 1982, p.72.

A l'intérieur de ce bassin de production sous tensions, comment les producteurs parviennent-ils à maintenir la viabilité de leur exploitation ? Parviennent-ils à mobiliser des ressources territoriales ? Par une analyse microsociale menée sur le pas de temps de la thèse, cette seconde partie s'attache à décrire les formes de valorisation développées par les producteurs en réponse à la crise structurelle de leur filière. L'analyse des stratégies mises en œuvre à l'échelle des exploitations conduit à l'identification de circuits de commercialisation valorisant des ressources territoriales. Le fonctionnement de ces circuits sera approfondi à travers l'étude des opérateurs qui les font vivre et des collectivités territoriales qui sont susceptibles de les soutenir.

La notion de proximité, qui permet de saisir l'éloignement à la fois spatial et relationnel entre acteurs, est utilisée dans l'analyse des ressources mobilisées dans les différentes pratiques de commercialisation.

Dans la filiation des travaux portant sur les processus de développement localisés, la notion de proximité est théorisée par les économistes de la proximité[241]. Elle permet d'analyser les dynamiques de coordination entre les acteurs situés dans un espace donné et la nature de ce qui les influence (Gilly et Torre, 2000). Pour ces auteurs, la proximité rend compte d'une échelle d'éloignement/rapprochement entre deux acteurs, et des différentes natures que peut recouvrir cet éloignement/rapprochement. Cette distance entre eux n'est en effet pas seulement métrique, mais aussi culturelle, cognitive, etc. Ainsi, une typologie des proximités est élaborée pour qualifier ces différentes natures d'éloignement/rapprochement. Une

[241] Le numéro spécial de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* (RERU, n°3, 1993) intitulé « Economie de proximité » est considéré comme la première publication des travaux de cette école. Elle rassemble notamment André Torre, Jean-Pierre Gilly, Jean-Benoît Zimmerman, Bernard Pecqueur, Alain Rallet.

première distinction est faite entre, d'une part, la « proximité géographique », et d'autre part, la « proximité organisée » (Rallet et Torre, 2004).

La « proximité géographique » correspond à la séparation dans l'espace entre deux personnes. Elle peut donc se traduire en distance métrique ou horaire, et tient compte des spécificités des terrains sur lesquels elle s'applique. « *Mais elle intègre également la dimension sociale des mécanismes économiques, ou ce que l'on appelle parfois la distance fonctionnelle* » (Torre, 2004, p.4). En d'autres termes, elle dépend à la fois de la distance physique, kilométrique, elle prend en compte les contraintes naturelles, ainsi que les construits humains influant sur cette distance : infrastructures de transport, moyens financiers ou technologiques favorisant la communication, perception de la distance par les acteurs, etc.

La « proximité organisée » est la distance relationnelle entre deux personnes en termes de potentiel de coordination (Rallet et Torre, 2004, p.27). Toujours selon ces auteurs, la proximité organisée se décline en deux types de logiques :

- une logique d'appartenance à une même organisation, qui considère que sont proches des acteurs qui appartiennent au même espace de rapports (firme, réseau…) puisqu'ils nouent plus facilement des interactions entre eux. On parle alors de « proximité organisationnelle ».
- une logique de similitude qui considère que sont proches des acteurs qui se ressemblent, partageant le même espace de références, de savoirs, de valeurs. Cela constitue la « proximité institutionnelle ».

Nous retiendrons les notions de proximité géographique, proximité organisée et plus précisément proximité institutionnelle pour analyser les coordinations entre les différents acteurs intervenants dans les circuits de commercialisation étudiés.

Chapitre 4 : Typologie des stratégies de valorisation des exploitations

Ce chapitre propose un état des lieux des pratiques commerciales des producteurs, dans le but de comprendre quelles ressources sont mobilisées, par quelles pratiques, pour quels circuits de commercialisation, et comment.

L'analyse s'appuie sur les données récoltées lors de l'enquête systématique de 2006. 25 producteurs ont été interrogés par des entretiens semi-directifs d'une durée de 1h30 à plus de 3h. L'objectif des entretiens était de connaître le producteur (parcours professionnel), les réseaux dans lesquels il évoluait (sectoriels et territoriaux), l'exploitation agricole (structure et pratiques de production), ses modes de commercialisation, les conséquences de la crise, leurs projets et visions de l'avenir[242]. Les 25 producteurs ont été choisis selon un échantillonnage raisonné. L'ensemble des exploitations enquêtées devait représenter une diversité de situations, selon trois grands critères : l'âge de l'exploitant ; la localisation géographique de l'exploitation ; le mode de commercialisation. Ainsi, l'échantillon présente des producteurs de moins de 30 ans comme des producteurs proches de la retraite, des exploitations réparties sur les quatre sous-espaces arboricoles de la Moyenne Vallée du Rhône et présentant tous les types possibles de mise en marché (par une OP coopérative, par une OP libre, par la vente directe, par des opérateurs indépendants, etc.). Ce choix d'échantillonnage s'explique par notre hypothèse initiale, postulant que la mobilisation de ressources territoriales dépend de l'articulation entre le bassin de production et ses territoires. Or, étant donné les différences d'ancrages territoriaux de l'arboriculture dans les sous-espaces, on peut supposer que les ressources territoriales mobilisées varieront également. En outre, le mode de commercialisation de l'exploitation, selon qu'il est plus ou moins lié au système d'expédition, peut également influer sur la manière de valoriser ou non des ressources territoriales. Ainsi, les 25 exploitations ont été identifiées et sélectionnées en croisant diverses sources capables de nous informer sur les trois caractéristiques que nous cherchions[243] (l'âge, la localisation géographique, le mode de commercialisation). Par conséquent, cet échantillon a vocation à montrer la diversité des exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône. Il n'est en aucun cas représentatif quantitativement de la proportion des types d'exploitations existantes. Enfin, précisions que si seulement 25 exploitations ont été enquêtées, ce qui peut paraître faible pour une typologie, c'est parce qu'elles ne constituent qu'une partie du bassin de production, et que nous souhaitions garder du temps pour enquêter les autres opérateurs, les collectivités territoriales et les initiatives collectives.

L'enquête montre une diversité de fonctionnements des exploitations fruitières et de leurs pratiques de commercialisation. Nous entendons par « pratique » de commercialisation chaque type de débouché utilisé pour vendre les fruits de l'exploitation : livraison à une

[242] Voir le guide d'entretien des producteurs en Annexe 2.

[243] Comme nous l'avons présenté en introduction, ces sources croisent les fichiers d'adhérents de l'association Fruit Plus et des Chambres d'agriculture de la Drôme et de l'Ardèche, du syndicat de la Confédération Paysanne Rhône-Alpes, des anciens élèves et maîtres de stage de la MFR d'Anneyron. Tous ont été discutés avec les chargés de mission ou élus capables de nous renseigner sur les caractéristiques des exploitations.

coopérative, vente à un expéditeur, à un industriel, à un détaillant, etc. L'analyse des différentes pratiques existantes au sein d'une exploitation permet d'élaborer une typologie des stratégies de valorisation des exploitations montrant comment les différentes ressources territoriales sont mobilisées. Ainsi, la première partie de ce chapitre explicite la construction théorique de cette typologie. Les parties deux et trois présentent ensuite les cinq types de stratégie de valorisation identifiés. La partie deux se concentre sur les stratégies inscrites dans le marché d'expédition et montre comment la ressource organisationnelle mobilisée est menacée par les délocalisations actuelles de la production. La troisième partie analyse les stratégies combinant les circuits d'expédition et le marché régional ainsi que les oppositions et complémentarités existantes entre ces deux voies de commercialisation.

Ce travail de construction théorique réalisé à partir des entretiens et de l'observation s'est trouvé confronté à trois grandes difficultés méthodologiques. La première est liée à la multiplicité des pratiques de commercialisation pouvant être exercées sur une même exploitation. Elles peuvent varier en fonction des espèces, au cours de la saison, d'année en année, selon l'évolution du marché, les aléas climatiques, etc. La seconde difficulté relève du caractère parfois opportuniste et volatil de certaines formes de commercialisation. Les producteurs peuvent très rapidement et ponctuellement vendre sur un circuit, et changer pour un autre, la flexibilité étant facilitée par la nature même des fruits frais : consommables immédiatement, faciles à travailler de manière artisanale, avec peu d'équipement. La troisième difficulté est liée au caractère parfois non déclaré de certaines commercialisations comme la vente au détail, sur les marchés de production, la livraison à des petits grossistes ou des transformateurs[244]. Cette pratique va de pair avec une habitude d'entente orale. Cela constitue une réalité invisible et officiellement indicible qui opacifie encore davantage la complexité du fonctionnement des exploitations.

Saisir avec précision ces fonctionnements au niveau des exploitations agricoles a nécessité un entretien semi-directif approfondi et détaillé hors période de récolte, l'établissement d'une réelle confiance avec le producteur, ainsi qu'une pratique du terrain pendant la période des récoltes. Sans participation aux travaux de cueillette, de conditionnement, aux livraisons et aux différentes ventes, la multiplicité des pratiques de commercialisation des exploitations de la Moyenne Vallée du Rhône n'aurait pu être comprise.

[244] Dans ces derniers cas les factures établies ne concernent pas toujours la totalité de la livraison, la différence étant payée en liquide.

I. Cinq profils-types de stratégie de valorisation qui combinent différentes ressources

En 2006, la majorité des exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône cumule au moins deux débouchés pour vendre ses fruits. Ceux-ci ne sont pas choisis au hasard par les producteurs. La combinaison de différentes pratiques de commercialisation s'inscrit au contraire dans ce que nous appelons une « stratégie de valorisation » globale, mise en place à l'échelle de l'exploitation. Comprendre son fonctionnement suppose de s'interroger sur différents points : Pourquoi telles et telles pratiques ont-elles été choisies ? Sur quelles ressources s'appuient-elles ? Quelles complémentarités ou oppositions s'expriment entre les pratiques développées ?

Ces questionnements, posés à l'échelle de l'exploitation et des choix du ou des producteurs, conduisent d'abord en l'identification des ressources mobilisées selon les pratiques de commercialisation, puis à l'élaboration d'une typologie des stratégies de valorisation des exploitations. Celle-ci aboutit à redéfinir les différents circuits de commercialisation dans lesquels s'inscrivent les pratiques mentionnées.

1. Les ressources territoriales mobilisées selon les pratiques de commercialisation

Pour identifier les ressources sous-tendant les pratiques de commercialisation, les données des entretiens et des observations de terrain ont été interrogées à l'aune de la synthèse bibliographique concernant les ressources issues des liens entre un système productif et son territoire. Concrètement, il s'est agi de recenser, pour chaque exploitation et pour chaque pratique, les différentes ressources liées au territoire qui étaient mobilisées[245]. En cela nous les considérons comme des ressources territoriales. Etant donné qu'une même exploitation combine plusieurs pratiques de commercialisation, et qu'une même pratique peut s'appuyer sur plusieurs ressources, le recensement de celles-ci pour l'ensemble des 25 exploitations de l'échantillon est largement supérieur à 25 occurrences[246]. Pour être précis, nous parlerons d'occurrence dans cet inventaire pour évoquer le nombre de fois où une même ressource est recensée.

De l'inventaire réalisé se dégage une multitude de ressources territoriales. Nous les avons classés en cinq grands types, eux-mêmes rassemblés en deux grandes catégories élaborées selon la nature de l'avantage qu'elles apportent aux producteurs : soit un avantage en termes organisationnels, soit en termes de différenciation du produit. Après avoir présenté rapidement ce que contiennent ces cinq types de ressources, nous montrerons que les types de ressources mobilisées dépendent essentiellement de la nature et de l'échelle du circuit de commercialisation visé.

a) Ressources organisationnelles et différenciatives

Nous appelons ressources organisationnelles celles qui facilitent la mise en marché pour le producteur. Deux grands types de ressources organisationnelles sont identifiées (Figure 23) : d'une part, celles relevant de la proximité entre la production et la consommation (avec un ou

[245] L'identification des ressources résulte de notre propre analyse des pratiques, et non de questions directement posées aux professionnels.

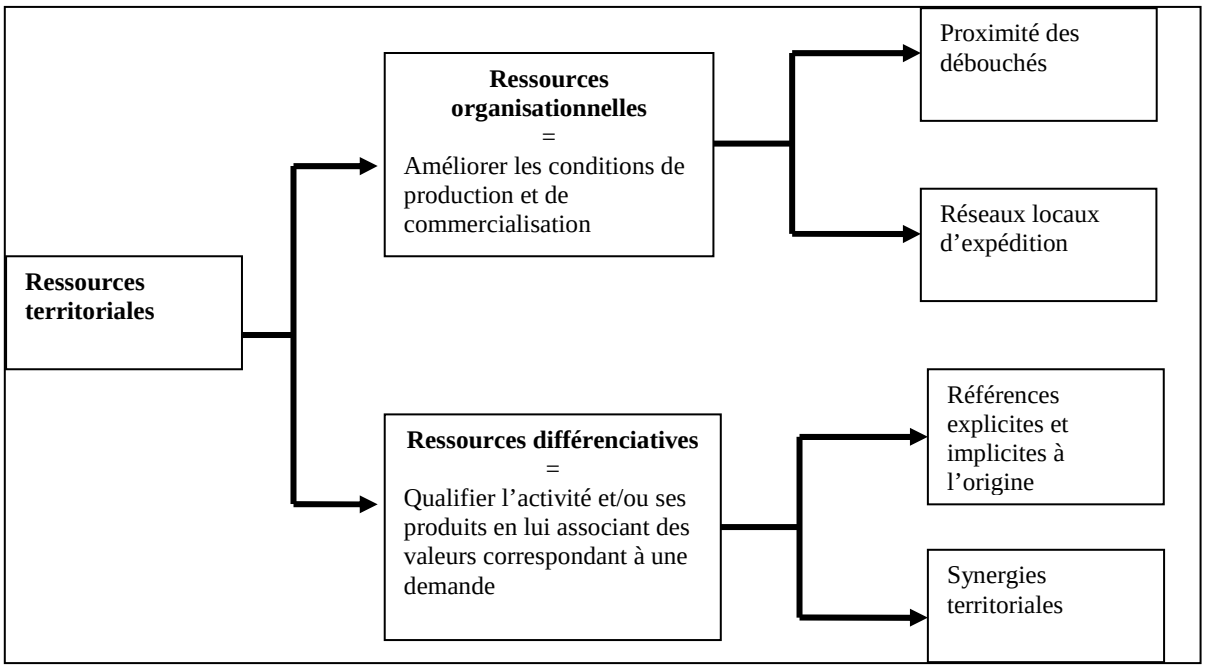
[246] Voir les grilles détaillées de recensement des ressources mobilisées par pratique de commercialisation en Annexes 6, 7 et 8.

sans intermédiaire), et d'autre part, celles faisant appel aux réseaux commerciaux d'expédition existants sur le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône.

La proximité des débouchés est la ressource la plus souvent recensée, avec 41 occurrences. Elle peut se décliner en différentes sous-catégories selon les types de clients visés : proximité des habitants locaux (16 occurrences)[247], des touristes ou personnes « de passage » (9 occurrences), des résidents secondaires (1 occurrence), des consommateurs des espaces urbains régionaux (Lyon, Sillon Alpin…) (5 occurrences), des distributeurs régionaux (6 occurrences), et enfin, des industries agroalimentaires régionales (4 occurrences). Il n'est pas toujours aisé, dans la description d'une pratique de commercialisation, d'évaluer précisément le poids de chaque type de débouché. Par exemple, dans le cas de la vente directe, il y a souvent vente à la fois aux habitants locaux, aux touristes de passage et aux résidents secondaires. Les producteurs connaissent relativement bien leurs acheteurs, et peuvent souvent estimer quelle est leur clientèle dominante.

La présence de nombreux et divers réseaux locaux de mise en marché pour l'expédition est une ressource recensée 29 fois. Ceux-ci recouvrent, d'une part, les nombreuses organisations collectives localisées de mise en marché, comme les coopératives, les GIE, les « bureaux de vente », les producteurs regroupés en OP syndicale et employant un commercial pour assurer leurs ventes. D'autre part, ces réseaux comprennent également l'ensemble des opérateurs privés, expéditeurs, courtiers, grossistes, qui s'approvisionnent auprès des producteurs de la Moyenne Vallée du Rhône, ainsi que les marchés de production. La diversité de ces réseaux, héritage de l'histoire du bassin de production, offre aux producteurs à la fois souplesse et facilité d'accès aux différents stades de la mise en marché, et pour différents types de qualité des fruits.

Figure 23: Les types de ressources territoriales identifiées



Réalisation C. Praly.

[247] Pour éviter d'alourdir le texte, nous citons entre parenthèses le nombre d'occurrences recensées pour chaque ressource. Il s'agit du nombre total de fois où cette ressource est identifiée sur l'ensemble des pratiques des 25 exploitations de l'échantillon.

Les ressources que nous appelons différenciatives recouvrent des attributs liés à l'espace de production qui sont mis en avant par les producteurs pour qualifier ou différencier les fruits vendus. Trois types d'attributs sont revendiqués : une référence explicite à l'origine de production, une référence implicite à la provenance, et enfin, d'autres attributs liés aux caractéristiques de l'espace de production.

La référence explicite à l'origine de production est recensée 12 fois. Elle peut se faire via l'utilisation du nom de l'origine géographique sur les dépliants et les emballages (4 occurrences), sous forme d'un logo (1 occurrence), d'une marque commerciale faisant référence à l'origine (3 occurrences), par la volonté d'utilisation d'un SIQO (2 occurrences), ou encore, l'origine peut être un argument de vente mobilisé seulement à l'oral (2 occurrences), lors de la négociation avec le client.

La référence implicite à la provenance est, quant à elle, décomptée 13 fois. Cela concerne des cas où le vendeur utilise une image pouvant faire référence à un lieu (1 occurrence), où il mobilise les mentions « du pays » (1 occurrence), « du producteur » (8 occurrences), ou encore la notion de « terroir » (3 occurrences). Ces références qui ne disent pas le nom du territoire à laquelle elles se rattachent n'ancrent pas moins le produit à une origine locale, mais dont on ne connaît pas les contours.

Enfin, d'autres attributs du territoire sont mobilisés par les producteurs pour mieux valoriser leurs produits. Ils sont recensés 30 fois. Certains sont des éléments du territoire mis en avant par le producteur comme gage de qualité ou de spécificité pour ses fruits. Ce sont les dimensions paysagères (1 occurrence) et patrimoniales (3 occurrences) de l'arboriculture, ainsi que l'histoire de la production fruitière (3 occurrences), la culture de variétés liées à l'histoire du bassin de production (5 occurrences). D'autres attributs du territoire sont utilisés par le producteur sous forme de synergies avec sa propre production fruitière. Il s'agit du tourisme local (7 occurrences) qui draine des consommateurs, des autres produits locaux qui permettent la constitution d'une gamme (6 occurrences) et l'adhésion aux réseaux institutionnels de valorisation des produits (5 occurrences), tels « Accueil Paysan » ou « Bienvenue à la Ferme ».

b) Complémentarité des ressources selon les pratiques de commercialisation

Nous avons croisé l'inventaire des types de ressources avec les pratiques de commercialisation. Il s'en dégage une nette répartition des ressources en fonction de l'échelle de commercialisation des fruits (Tableau 21).

Tableau 21: Ressources mobilisées selon les pratiques de commercialisation[248]

	Organisationnelles		**Différenciatives**		
Ressources mobilisées / **Pratiques de commercialisation**	**Proximité des débouchés**	**Réseaux commerciaux locaux**	**Référence explicite à l'origine**	**Référence implicite à la provenance**	**Autres attributs locaux**
Maîtrise de la mise en marché, échelle locale/régionale	38 cas	4 cas	3 cas	10 cas	25 cas
Maîtrise de la mise en marché, échelle suprarégionale	3 cas	13 cas	8 cas	3 cas	5 cas
Délégation totale de la mise en marché	0	12 cas	1 cas	0 cas	0 cas
Total	**41 occ.**	**29 occ.**	**12 occ.**	**13 occ.**	**30 occ.**

Si la proximité des débouchés est la ressource la plus recensée, elle est quasi exclusivement liée à une commercialisation à l'échelle régionale. Les trois cas où la proximité des débouchés est évoquée pour une commercialisation suprarégionale correspondent à des cas où les producteurs se déplacent eux-mêmes ou livrent leurs fruits en dépôt-vente, vers des consommateurs plus éloignés, aux alentours du bassin de production (Saône et Loire, Auvergne, par exemple). De même, la référence implicite à la provenance, ainsi que la valorisation d'attributs territoriaux locaux sont des ressources mobilisées dans des stratégies de commercialisation à l'échelle régionale.

A l'inverse, l'utilisation des réseaux commerciaux locaux est une ressource essentiellement mobilisée pour expédier les fruits à l'échelle supra régionale : ce sont des outils mis en place avec la construction du bassin d'expédition et qui continuent d'exercer cette fonction fondamentale d'acheminement des fruits vers les marchés français et européens. Ces réseaux commerciaux locaux sont par ailleurs les seuls liens au lieu identifiables dans les pratiques de commercialisation des exploitations qui délèguent complètement la mise en marché (soit par apport total à une coopérative, soit à un expéditeur privé). Enfin, la référence explicite à l'origine semble également être une ressource destinée à la valorisation des produits à l'échelle supra régionale. Elle est essentiellement utilisée par les exploitations qui maîtrisent la mise en marché, les OP coopératives ou les expéditeurs privés ne l'utilisant pas.

Ainsi, quel que soit le type de pratique de commercialisation, les deux grandes familles de ressources, organisationnelles et différenciatives, sont mobilisées de manière complémentaire. Finalement, il semble que la valorisation finale provienne de l'adéquation entre des ressources organisationnelles et des ressources différenciatives adaptées à l'échelle et à la pratique de commercialisation.

2. La construction des profils-types de stratégies de valorisation

Cinq grands profils-types se dégagent de l'analyse de l'échantillon. Ils sont présentés et définis ci-dessous (Tableau 22). Chaque profil est caractérisé par les critères suivants : la stratégie[249] de commercialisation, la stratégie de production mise en place par rapport à

[248] Voir les grilles détaillées en Annexes 6, 7 et 8 pour plus de détails.

[249] Nous parlons bien ici de stratégie de commercialisation et non de pratique. Il s'agit, en effet, de la vision globale exprimée par le producteur concernant la manière dont il met en marché ses fruits. Cette stratégie se

l'objectif de commercialisation, les grandes caractéristiques des exploitations (localisation géographique, taille, orientation, emploi, etc.).

Tableau 22: Définition des cinq profils-types de stratégie de valorisation et les ressources mobilisées

Profil-type (Nb d'EA[250] concernées)	Stratégie de commercialisation	Ressources organisationnelles	Ressources différenciatives
1- Délégation totale de la mise en marché (5)	Les fruits sont apportés bruts à une coopérative ou un expéditeur	Organisation collective de vente	
2- Expédition nationale / export (4)	La totalité des fruits est conditionnée et expédiée depuis l'exploitation sur les marchés nationaux / export	Réseaux commerciaux locaux	Référence explicite à l'origine
3- Circuits d'expédition et VD en complément (5)	La majorité des fruits est vendue via les circuits d'expédition nationaux (coopératives, expéditeurs)	Organisation collective de vente	Référence explicite à l'origine
	et une petite partie des fruits est vendue directement aux consommateurs	Proximité habitants et gens de passage	Référence implicite au local
4- Circuits d'expédition et vente aux intermédiaires du marché régional (6)	Une partie des fruits est vendue via les circuits d'expédition nationaux (coopératives, expéditeurs)	Réseaux commerciaux locaux	
	et une partie est vendue à des détaillants, grossistes ou IAA régionaux	Proximité des intermédiaires	Référence explicite à l'origine
5- VD aux consommateurs et circuits d'expédition en complément (5)	La majorité des fruits est vendue directement aux consommateurs	Proximité habitants et gens de passage	Attributs du territoire + référence implicite au local
	et une petite partie des fruits est vendue sur les circuits d'expédition.	Réseaux commerciaux locaux	

Le fondement de cette typologie, construite sur un échantillon de 25 exploitations, est insuffisant pour considérer comme représentatives les données précises descriptives des structures d'exploitation. L'objectif n'est pas de dresser des cas-types pouvant servir à orienter les exploitations vers une stratégie économique en fonction de quelques caractéristiques structurelles (une étude à plus large échelle serait nécessaire pour cela), mais de saisir les mécanismes des stratégies adoptées par les exploitations : qu'est-ce qui fait qu'elles atteignent l'équilibre économique ? Comment est construite la marge, le revenu ? Quelles ressources sont mobilisées, comment et pourquoi ?

Avant de décrire en détail les stratégies des profils-types, il est nécessaire de définir précisément le vocabulaire employé pour évoquer chacun des circuits de commercialisation.

décline ensuite en une ou plusieurs pratiques de commercialisation que nous présentons en détail dans la suite du chapitre.

[250] Exploitation agricole.

3. Définition des différents circuits de commercialisation

La classification des stratégies de valorisation des exploitations en fonction des ressources territoriales mobilisées fait apparaître des catégories de circuits de commercialisation qui ne correspondent pas aux définitions habituellement employées. En effet, l'approche de l'économie des filières, qui est celle reprise dans la notion de bassin de production, s'appuie sur une classification des circuits de commercialisation en fonction de la nature des opérateurs. C'est cette méthode que nous avons suivi pour décrire le bassin de production dans le chapitre 1 (reprenant les opérateurs de la première mise en marché, ceux de la seconde mise en marché, et ceux de la distribution). Or, cette classification n'est pas opératoire pour comprendre le fonctionnement des différentes stratégies de valorisation. Le tableau ci-dessus l'illustre (Tableau 22). Il montre que deux autres critères sont nécessaires à l'explication de la répartition des types de ressources en fonction des types de stratégie : l'échelle géographique à laquelle les fruits sont vendus, et la stratégie commerciale de l'exploitation (si elle délègue ou non la fonction de première mise en marché).

Nous avons donc eu besoin d'élaborer une classification des circuits de commercialisation utilisés par les exploitations à partir de ces deux critères. Cette définition nous est propre même si elle s'appuie sur le vocabulaire en vigueur dans la filière. En effet, sur le terrain, les termes de « grossistes », « circuits de gros », « vente en gros », « demi-grossistes », etc., sont souvent utilisés à l'avenant et désignent en fait une grande diversité de circuits. Trois grandes catégories de circuits de commercialisation utilisées par les exploitations ont ainsi été définies :

Vente directe : vente directe du producteur au consommateur, qui peut avoir lieu de diverses manières, à la ferme, sur le bord de la route, sur les marchés forains de détail, en point de vente collectif. Dans les tableaux nous utiliserons les initiales VD.

Circuits d'expédition : vente aux intermédiaires d'aval traditionnel du modèle d'expédition : les coopératives, les expéditeurs privés et les grossistes. La vente peut avoir lieu soit en remise directe, soit sur le marché de production. Les fruits sont expédiés vers le marché national et l'export. Ces circuits sont dominés par les centrales d'achats de la grande distribution, mais les grossistes y tiennent encore une place non négligeable. Le terme de « vente en gros » est souvent utilisé par les professionnels pour évoquer ces circuits. Nous préférons « circuits d'expédition » qui fait référence à l'échelle géographique de la distribution. Les producteurs peuvent vendre sur les circuits d'expédition soit en assurant eux-mêmes la première mise en marché (cas des producteurs-expéditeurs), soit en déléguant celle-ci à l'opérateur d'aval.

Circuits régionaux (vente aux intermédiaires du marché régional) : le producteur vend aux opérateurs de l'aval de la filière qui s'inscrivent dans le marché de détail régional. Il s'agit à la fois des magasins et détaillants régionaux, qui peuvent être sédentaires ou forains, des IAA dont le marché est régional, ainsi que des grossistes qui desservent essentiellement les détaillants et la restauration hors domicile (RHD) régionale. Dans ces circuits, les fruits sont calibrés et conditionnés sur l'exploitation, c'est donc le producteur qui assure la première mise en marché.

Ainsi, les cinq profils-types de stratégie de valorisation des exploitations se distinguent entre eux selon l'échelle des circuits de commercialisation dans lesquels ils s'inscrivent. Et tout comme cette échelle influe sur les ressources mobilisées, elle explique également les stratégies de production mises en œuvre par les exploitations. Voyons donc en détail chaque type de stratégie.

II. Les stratégies d'exploitation inscrites dans les circuits d'expédition

Deux types de stratégies de valorisation des exploitations s'inscrivent dans les circuits d'expédition. Après avoir présenté les caractéristiques de chacune d'elle, nous montrerons qu'elles s'appuient sur des ressources organisationnelles importantes, mais fragiles.

1. Type 1 : la délégation totale de la mise en marché

L'exploitation de type 1 délègue complètement le travail de conditionnement et de mise en marché. Les fruits sont apportés bruts, soit à une coopérative, soit à un expéditeur privé dans le cadre d'une OP conventionnée ou non.

a) Construction de la valeur ajoutée au verger par des stratégies technico-économiques pointues

Tableau 23: Caractéristiques des exploitations du Type 1

N°EA	Pratique de commercialisation	Localisation	Surface verger	Système de production	Date d'instal-lation
7	Coopérative	Sud Drôme	55 ha	pêches/abr/kiwi/cerises	1981
14	Coopérative	Nord Drôme	30 ha	Pêches	1980
15	Expéditeur (OP)	Nord Drôme	15 ha	Poires + céréales (15ha)	1971
21	Expéditeur (OP)	Nord Ardèche	25 ha	Abr/cerises + 25 vaches allaitantes	1986
22	Coopérative	Nord Ardèche	10 ha	Abr/cerises + vignes (8 ha)	1993

Les 5 exploitations de ce type (Tableau 23) sont situées sur l'ensemble de la Moyenne Vallée du Rhône, et présentent des tailles de verger moyennes à grandes. Elles sont également disparates en termes de systèmes de production, l'une étant spécialisée sur la pêche, une autre sur quatre espèces de fruits, tandis que les trois autres combinent des systèmes fruits et autres productions. Les producteurs se sont installés il y a relativement longtemps comparativement à la date moyenne de l'échantillon, 1986, sur une exploitation dont la taille a augmenté et qui aujourd'hui est en statut d'exploitation individuelle (sauf une en EARL avec l'épouse). Ces exploitations disposent de peu de main d'œuvre familiale puisque quatre d'entre elles comptent seulement 1UTA familiale, le reste est assuré par du travail salarié. Ajouté à cela, la grande taille des exploitations et/ou la diversité des productions peuvent expliquer le choix de déléguer le travail de commercialisation. Le revenu et la marge doivent donc essentiellement s'élaborer au verger, par une production maîtrisée, des techniques pointues, une stratégie technico-économique construite.

Deux stratégies technico-économiques sont appliquées par les exploitations, se distinguant selon la voie de commercialisation choisie :

La première correspond à une logique de production de volumes ou de qualité appelée « *standard plus*[251] », correspondant aux cahiers des charges des coopératives de la

[251] Pour les professionnels, viser une qualité « *standard plus* » signifie obtenir le maximum de volumes de fruits classés en catégorie I, et garantir la qualité des lots envoyés aux clients : bonne tenue des fruits, pas de pourriture, pas de trop murs, pas d'erreur de tri, autrement dit, pas de retour négatif. Certaines stations

Moyenne Vallée du Rhône (dans les 3 cas) et en outre certifiée pour correspondre aux attentes des circuits de commercialisation nationaux (2 sont en FQC[252]) et exports (1 est en Eurepgap). Cette stratégie de production de volumes de qualité normée pilotée par les distributeurs correspond aux trois exploitations qui sont en coopérative. Elles appartiennent à trois coopératives différentes, sur trois sous espaces différents. Exceptée l'exploitation située en Nord Ardèche, dont le verger est assez petit (10 ha) du fait d'une production viticole, les deux autres exploitations sont parmi les plus grandes de l'échantillon et sont parmi les trois à avoir des vergers dans le Sud de la France.

La seconde stratégie correspond à une spécialisation dans la production d'une espèce bien adaptée au terroir agronomique (poire à Moras-en-Valloire et abricot Bergeron sur le plateau ardéchois), dont la technique de production est particulièrement bien maîtrisée et orientée vers l'obtention de fruits haut de gamme selon les normes commerciales : qualité essentiellement décrite par l'aspect, la couleur (un abricot très coloré, une poire très claire), le calibre, la tenue, puis la qualité gustative. Ils sont commercialisés par un expéditeur spécialiste de ce produit capable de bien le valoriser sur les marchés adaptés (nationaux et exports). Dans les deux cas, la relation entre le producteur et l'expéditeur est à la fois exclusive, ancienne, d'une confiance et interconnaissance totales. L'expéditeur retransmet la demande du marché auprès du producteur, et en retour, il connaît très bien le produit et le mode de production pour le défendre au mieux. Il lui arrive en effet d'organiser des visites de vergers pour ses clients. Ainsi, la qualité haut de gamme selon les normes du marché européen est co-construite par le partenariat entre le producteur et l'expéditeur. Les deux exploitations concernées par cette stratégie ont des vergers de taille moyenne (15 ha à 25 ha) et sont situées dans le Nord Drôme et le Nord Ardèche.

En définitive, ces deux stratégies technico-économiques relèvent de cas où il y a division parfaite des tâches entre un producteur et un opérateur de première mise en marché. Le fonctionnement de cette stratégie de valorisation repose sur la fine adéquation entre les logiques qualité des deux parties.

En coopérative, le producteur a une surface et une maîtrise technique lui permettant de produire un rendement élevé satisfaisant aux certifications permettant l'accès aux marchés de volumes les plus rémunérateurs (FQC, Eurepgap). La relation entre le producteur et la coopérative est normée, passe par un contrat et un cahier des charges. Le producteur « performant » et apporteur de volumes détient un certain pouvoir au sein de la coopérative, il fait souvent partie du conseil d'administration, et une identification forte à la coopérative transparaît dans son discours. Par exemple, il emploie le pronom « on » pour évoquer le fonctionnement et les choix de la coopérative.

Avec un expéditeur privé, il y a spécialisation respective dans la production et la mise en marché d'un produit spécifique, haut de gamme, correspondant à une demande de spécialistes connaisseurs (pas de certifications, évaluation entre « gens de métier »). La relation entre le producteur et l'expéditeur privé repose sur la confiance, l'engagement moral. Aucun contrat n'est signé. Dans ce cas non plus, aucune relation de pouvoir n'est perceptible dans les discours. Une interdépendance forte entre le producteur et l'expéditeur apparaît, qui se traduit également par une certaine identification du producteur au metteur en marché. L'arboriculteur

d'expédition préfèrent ne pas retirer les fruits de catégorie « extra » des lots, et les laisser dans les lots de catégorie I afin d'obtenir plus de volumes d'une belle catégorie I.

[252] Filière Qualité Carrefour, pour plus de détail cf. chapitre 2.

emploie également le pronom « on » pour évoquer les choix commerciaux, il est capable de décrire en détails les clients et leurs attentes, etc.

Ainsi, la relation entre producteur et opérateur de première mise en marché, dans les deux cas, est cimentée par une interdépendance réciproque, qui est construite sur une division et une spécialisation pointue des tâches de production d'un produit de qualité donnée et de mise en marché de cette qualité. L'équilibre économique pour le producteur repose sur sa grande implication technique dans la production, pour laquelle il maîtrise très bien les charges en regard d'un objectif de qualité donné. La délégation totale du travail de tri (bien qu'il y ait parfois un premier tri au verger, lors de la récolte, dans le cas de production haut de gamme), de conditionnement et de commercialisation lui permet de se consacrer pleinement à cette tache, très exigeante sur le plan technique et en termes de main d'œuvre.

Cette efficacité de la relation entre producteurs et stations d'expédition est permise par deux ressources organisationnelles : la proximité institutionnelle qui permet une co-construction d'une qualité donnée, et la proximité géographique qui facilite une logistique efficace.

b) Proximité institutionnelle fondée sur les réseaux sociaux hérités

Etre coopérateur ou livrer sa marchandise à un expéditeur sont des pratiques héritées du modèle d'expédition développé après la Seconde Guerre mondiale. Pour l'ensemble des exploitations concernées, ces pratiques datent d'au moins vingt ans et s'inscrivent dans la continuité de ce que faisait la génération précédente.

Les principales raisons ayant motivé l'adhésion à une coopérative relèvent de l'organisation du travail, de la sécurité de l'écoulement et du paiement de la production. Ainsi, le choix de la coopération est lié à une forme de division du travail : l'exploitant se décharge du travail de conditionnement et de mise en marché, et se spécialise dans la production au verger, qu'il peut développer. Cette évolution a été perçue, pour beaucoup, comme une simplification du travail : *« c'était quand même mon père qui s'occupait de la vente, et à cette époque là il voulait prendre sa retraite donc je me suis retrouvé tout seul, et de rentrer à cette coopérative ça m'a bien simplifié la vie à tous les niveaux quoi. »*[253]. Une génération plus tard, on constate qu'il y a eu, pour beaucoup de coopérateurs, séparation entre le métier de production, et de commercialisation : « *vendre n'est pas notre métier »*[254]. La sécurité d'écoulement de la production est également une raison du choix de la coopération, souvent même le facteur déclenchant de l'adhésion : « *Je pense que ce qui nous a fait passer à la coopération en 1982, c'est que la dernière saison qu'on a fait on était chez un expéditeur, et il a fait faillite. »*[255].

Certes, le lien entre un producteur et un expéditeur privé est différent de celui existant dans la coopération, cependant il peut exister une relation partenariale forte pour permettre la co-construction d'une stratégie commerciale efficace, appuyée sur une qualité donnée. Ce haut niveau de coordination s'inscrit très fortement dans les réseaux sociaux locaux, s'appuie sur la confiance, elle-même enracinée dans l'ancienneté des relations commerciales devenues des relations de familles. Si la création des OP conventionnées avec les expéditeurs a permis la formalisation de certaines de ces relations, de nombreux partenariats demeurent oraux[256], non formalisés dans un contrat écrit.

L'un des producteurs interviewés déclare en effet que si l'OP conventionnée existe depuis les années 1980 (c'était alors un GP), il travaille avec l'expéditeu depuis trois générations. En

[253] Producteur coopérateur, enquête personnelle 2006.

[254] Producteur coopérateur, enquête personnelle 2006.

[255] Producteur coopérateur, enquête personnelle 2006.

[256] D'aucun diront « informels ». Nous préférons les qualifier d' « oraux » parce que l'absence de papier ne signifie pas que l'engagement des opérateurs n'est pas aussi important.

témoigne également la fête donnée par un petit industriel du Nord Drôme lors de son départ à la retraite, où certains de ses producteurs apporteurs furent conviés au même titre que la famille et les amis. Autre exemple, l'un des producteurs livre ses abricots à sa sœur, qui a fondé, lors de la succession de l'exploitation familiale, une petite société d'expédition. Celle-ci s'est spécialisée dans la commercialisation de l'abricot ardéchois et s'approvisionne auprès d'une centaine de producteurs dans un rayon de 20 km autour de la station. En commercialisant sous la marque commerciale « Fruit 2000 Ardèche », la référence explicite à la provenance est mobilisée comme ressource qualifiante. Un autre producteur, dont l'exploitation est située près d'Annonay, vend ses pommes à un expéditeur du sud de l'Ardèche, d'où il est originaire.

Le partenariat commercial a généralement été renouvelé avec les générations, d'autant que les pratiques de production sont adaptées à produire une qualité que le négociant sait valoriser. Cette ressource est, par là, éminemment territoriale, mais sa pérennité est aujourd'hui menacée par le manque de renouvellement des opérateurs de la filière. En effet, on ne remplace pas ce type de relation de confiance, de savoir-faire partagé, dans la construction d'une qualité commerciale, aussi facilement que l'on reprend les capitaux d'une entreprise.

La formalisation de certains de ces partenariats pourrait éventuellement faciliter le renouvellement de cette ressource. L'exemple des petites organisations collectives formées par les OP syndicales conventionnées avec un expéditeur est, en cela, intéressant. En référence à la typologie proposée par Sophie Dubuisson-Quellier et al. (Dubuisson-Quellier et al., 2006), ces OP correspondent au type « OP club » où la coordination est très forte entre les producteurs et l'expéditeur privé : le bureau de l'OP est hébergé dans les locaux de l'expéditeur, le technicien est partagé entre les deux entités, un cahier des charges de production permet d'homogénéiser les apports, etc.

Si la transmission des savoirs, de la confiance, des modes de production peut en partie passer par leur formalisation, la gestion de la qualité de fruits implique de maîtriser la logistique.

c)Proximité géographique : un atout pour la bonne gestion des fruits frais

La proximité géographique entre producteurs et metteur en marché peut jouer un rôle structurant. C'est le cas pour les expéditeurs privés qui travaillent sur le haut de gamme et qui mobilisent une qualité spécifique liée au terroir. La proximité permet alors une grande interconnaissance entre les producteurs, leurs vergers et l'expéditeur, des échanges fréquents, et la co-construction d'une offre de qualité spécifiée.

En revanche, dans le cas des stratégies de production plus standard, satisfaisant seulement aux normes internationales, telles que développées dans les coopératives ou par d'autres expéditeurs privés, la proximité géographique intervient uniquement dans la maîtrise de la qualité post-récolte. Les fruits standardisés peuvent plus facilement être produits partout, et notamment dans le sud de la France où les aléas climatiques sont moins menaçants. Il n'en demeure pas moins que pour ces produits fragiles et variables, le travail du commercial est sécurisé si son approvisionnement est regroupé. L'exemple des coopératives, qui doivent aujourd'hui gérer l'approvisionnement de divers sites de réception et parfois de conditionnement, est emblématique. L'enjeu, comme en témoigne un des directeurs de ces structures, est de maintenir une certaine proximité géographique entre les lieux de production, les différents lieux de livraison, de conditionnement et d'expédition : « *On fait toujours mal ce qu'on fait de loin. J'ai déjà tenté une ou deux fois de travailler avec Perpignan, mais on est loin, à 300 km, et en plein mois de juillet vous vous apercevez que ça ne correspond pas,*

que ça arrive en retard, que ci, que ça… »[257]. Or dans le monde des fruits frais, en période de production maximum, un metteur en marché ne peut pas se permettre de se tromper.

L'échelle d'efficacité des coopératives est par conséquent construite à deux niveaux. La première échelle, dite de proximité, est celle qui rassemble la grande majorité des producteurs, dans le bassin Drôme-Ardèche et centrée sur la station d'expédition (rayon de 30 km maximum). La seconde comprend quelques apporteurs ou domaines de production qui peuvent être délocalisés dans le sud de la Drôme (plaine de Montélimar, Donzère), dans la Crau ou dans le Gard. Ces producteurs ainsi que leurs pratiques de production sont bien connus du directeur, et la logistique est facile pour intégrer cette production au sein de la station d'expédition. Sauf dans un cas, les coopératives ne dérogent pas à ce schéma qui leur permet de bien connaître et contrôler la production qui vient d'un peu plus loin.

Dans cette perspective, la délocalisation d'une partie de l'approvisionnement apparaît davantage comme une stratégie permettant de maintenir la structure viable que comme un mouvement d'abandon du bassin de production historique. Par le recours à la production délocalisée, les coopératives assurent la viabilité économique d'un outil essentiel aux producteurs locaux, permettant le maintien d'un grand nombre d'exploitations, donc de leur base territoriale. Mais comment garantir que cette tendance, au départ envisagée comme une politique de complément d'approvisionnement, ne bascule pas complètement vers une déterritorialisation ? Une coopérative en particulier a fait ce choix, en délocalisant la majeure partie de la production (dans le Sud de la France et en Tunisie) et en envisageant, à terme, une délocalisation de la structure de la coopérative. Ces choix stratégiques relèvent du conseil d'administration des coopératives, ils appartiennent donc aux producteurs coopérateurs. Mais ils sont également très fortement influencés par les directeurs des coopératives, personnes qualifiées et très respectées par les producteurs. La stratégie de délocaliser l'approvisionnement sans différenciation particulière reste inscrite dans le marché concurrentiel européen, voire mondial, et n'apporte que peu de plus-value aux producteurs de la Moyenne Vallée du Rhône, sinon l'assurance d'un écoulement des productions. Ainsi aujourd'hui, le degré d'ancrage territorial des coopératives ne dépend que des producteurs coopérateurs, appuyés par leurs directeurs. Paradoxalement, cette ressource organisationnelle se maintient grâce à un équilibre précaire entre un objectif d'ancrage territorial de sa base (infrastructures et membres) et une pratique de délocalisation d'une partie de ses apports.

Pour les pratiques de commercialisation avec délégation totale de la mise en marché, l'ancrage territorial est essentiellement le fait d'une interdépendance forte entre les producteurs et les opérateurs de mise en marché du même bassin de production. L'interdépendance relève d'une proximité institutionnelle, soit parce que la coopérative est administrée par les producteurs ; soit parce que l'expéditeur privé est lié à ses apporteurs par une co-construction d'une qualité donnée, par des liens sociaux, éventuellement par une convention. Elle relève également d'une proximité géographique, puisque la maîtrise de la qualité des fruits frais nécessite un faible temps de transport entre production et station d'expédition. Ces ressources organisationnelles offrent donc aux producteurs des outils de conditionnement et de mise en marché qui leur évitent d'assumer ces charges. Aucune ressource différenciative n'est mobilisée, excepté, dans de rares cas, la provenance géographique qui est mentionnée par une marque privée, et souvent pour l'Ardèche[258].

[257] Directeur de coopérative, entretien personnel, 2006.

[258] N'ayant pas pu rencontrer l'expéditeur utilisant la marque mentionnée, nous n'avons pas réussi à savoir si cette marque permet l'obtention d'une plus-value à la vente. Il semble néanmoins que pour les producteurs, cela ne fasse pas une grande différence.

2. Type 2 : Expédition nationale – export

La stratégie de type 2, appelée « expédition nationale-export », concerne des exploitations dont la totalité de la production est conditionnée sur l'exploitation et expédiée depuis l'exploitation, en direction des marchés nationaux et exports.

a) Mutualisation des charges de commercialisation autour d'une même stratégie de qualité

Tableau 24: caractéristiques des exploitations du type 2

N°EA	Localisation	Surface de verger	Système de production	Statut (nombre d'associés)	Main d'œuvre salariée
5	Sud Drôme	30 ha	Abricots + vigne (13 ha)	SCEA (5)	6,5 UTA
8	Sud Drôme	96 ha	Pêche/pomme/abr/poire/cerise	GAEC (4)	26 UTA
13	Nord Drôme	130 ha	Pêche/abr/pomme/poire/cerise/ prune	GAEC (3)	32 UTA
25	Nord Ardèche	17,5 ha	Cerise/abr/pêche/pomme + 25 vaches laitières	Individuelle	5 UTA

Cette stratégie concerne quatre exploitations de l'échantillon (Tableau 24) qui doivent cumuler les fonctions de production, conditionnement et de mise en marché. Les producteurs rencontrés ont entre 40 et 50 ans pour trois d'entre eux, le dernier ayant plus de 50 ans. Excepté le cas d'une exploitation individuelle de taille moyenne, située sur le plateau ardéchois, les trois autres exploitations sont en fait de véritables petites sociétés familiales de production-expédition fruitière. Elles sont tenues par plusieurs associés issus de la même famille, souvent frères et sœur, ou père et enfants. Deux exploitations sont particulièrement grandes, avec 96 ha de vergers pour l'une et 130 ha pour l'autre, dont 70 ha dans la Crau. Si les vergers présentent les six espèces de fruits, la pêche-nectarine reste dominante puisqu'elle occupe respectivement 50 ha et 70 ha[259]. Ce sont les deux exploitations de l'échantillon qui embauchent le plus de personnes, avec 30 et 35 UTA dont 6 et 2 UTA salariés permanents[260]. En revanche, la troisième exploitation ne présente que 30 ha spécialisés en abricotiers[261], mais réalise également une activité viticole en zone d'AOC Croze-Hermitage.

La marge de la première mise en marché est maintenue sur les exploitations. Les producteurs ont choisi de ne pas laisser cette marge à un metteur en marché. Ainsi, les charges du conditionnement et du travail commercial reviennent aux exploitations. Or, le travail de commercialisation dans la filière fruits a beaucoup évolué ces dernières années. Il ne suffit plus de maintenir des relations avec des commissionnaires à Rungis ou des grossistes répartis dans toute la France. Dans le contexte d'une concurrence extérieure pressante, d'une forte emprise de la grande distribution et d'une restructuration des métiers d'expédition et de grossistes (cf chapitre 2), les interlocuteurs se renouvellent rapidement, les exigences en termes de prix, de quantités et de qualité se renforcent. La fonction commerciale devient tout

[259] Mais ces surfaces sont en diminution du fait de la sharka et des prix bas.

[260] En comparaison, la moyenne de l'échantillon est de 10,5 UTA par exploitation, sachant que les exploitations venant juste après ces deux cas ne comptent que 21,5 et 20 UTA.

[261] La pêche a été complètement arrêtée il y a 4 ans, essentiellement pour des raisons de mauvaise rentabilité économique.

aussi pointue que fondamentale. Les producteurs rencontrés en 2006 soulignent ce contexte commercial « *en pleine mouvance, tout est en train d'évoluer* », créateur d'incertitude à moyen terme et exigeant «*une grande mobilité* », c'est-à-dire la capacité de « *changer rapidement de client* ». Pour répondre à cette situation, les quatre exploitations présentent chacune une stratégie bien construite, qui compose habilement entre minimisation des charges commerciales, majoration de la marge et fidélisation des clients par une qualité spécifique.

Ainsi, chacun des cas montre que l'organisation de la commercialisation (mais pas le conditionnement) devient aujourd'hui une fonction à la fois stratégique et particulièrement coûteuse. Selon la taille des exploitations (en termes de volumes produits et de capacité de travail) les orientations sont différentes. Pour les plus grandes, la fonction commerciale est internalisée. Cela suppose l'augmentation des volumes traités via la création d'une société commerciale et le rachat d'une production extérieure à l'exploitation. Pour les exploitations moins importantes, elle est externalisée par diverses modalités d'accord avec des unions commerciales plus grandes. Contrairement aux exploitations du type 1 où il y a délégation totale de la mise en marché, dans ce cas le producteur garde le statut d' « expéditeur » : il conserve ses anciennes relations commerciales et surtout sa propre station de conditionnement, son nom et sa marque. Et dans chacun de ces schémas organisationnels de mutualisation de la fonction commerciale, des stratégies de production particulières sont développées pour maximiser la marge de l'exploitation.

i. Cas où la fonction de commercialisation est internalisée

Pour écouler leurs importants volumes de fruits, les deux plus grandes exploitations vendent majoritairement aux centrales d'achats, qui sont des clients qui nécessitent de pouvoir fournir une gamme d'espèces tout au long de la saison. Pour répondre à cette exigence tout en minimisant leurs charges de mise en marché, chaque exploitation a créé une société commerciale, une SARL. Le statut de la SARL permet ainsi de racheter des fruits à d'autres producteurs pour compléter les gammes, ce qui améliore la fidélisation des clients, et amortit les investissements en station de conditionnement et en travail commercial. Par ailleurs, les sociétaires des SARL sont les mêmes que ceux des exploitations : cette construction « jumelée » illustre la volonté des producteurs de maintenir la marge commerciale sur l'exploitation.

Ensuite, la stratégie de production varie. La plus grande exploitation vise une production de volumes, sous certifications normalisées donnant accès aux GMS et à l'export (Traçabilité et Eurepgap), avec délocalisation de la production de pêche-nectarine dans le sud de la France, et un projet de plantation en Espagne. Les pêchers situés en Moyenne Vallée du Rhône ont été arrachés et les surfaces replantées en abricotiers, pommiers, poiriers, cerisiers et asperges. Au verger, les charges de main d'œuvre sont réduites au minimum par la mécanisation. Ces dernières années, elles ont ainsi été abaissées à 43% des charges de production. Enfin, une activité d'importation de poires est développée en hiver, pour amortir l'investissement de la station d'expédition et occuper le personnel permanent. Un savoir-faire particulier pour la mise en marché de ce produit difficile à travailler est mis en avant, notamment par la maîtrise de sa maturité.

La seconde exploitation, quant à elle, est organisée autour d'une stratégie de production de fruits de qualité haut de gamme, certifiés AB pour toutes les espèces, sauf la pêche. Ce fruit étant très difficile à cultiver en bio, la démarche choisie est le label rouge, qualifiant 20% des volumes annuels de l'exploitation. L'ensemble de l'itinéraire technique est conçu dans l'objectif d'atteindre ces qualités, avec des rendements faibles (25-30t/ha en pêches). Mais le problème des charges de main d'œuvre reste délicat. Des techniques de mécanisation, comme

la plantation des pommiers « en murs »[262], sont expérimentées pour les limiter. La recherche de qualification se traduit également par les conditionnements, avec un soin particulier apporté au packaging, et la mise en valeur de la marque commerciale de l'exploitation. Enfin, le rachat de fruits pour compléter la gamme ne se fait pas au hasard, mais chez des producteurs connus, ayant les mêmes pratiques de production et donc des fruits de même qualité. Pour l'instant, les accords reposent sur la confiance, mais la possibilité d'une contractualisation sur la qualité du produit attendu est en cours de réflexion.

ii. Cas des exploitations qui externalisent la fonction commerciale

La troisième exploitation, nettement plus petite mais comptant tout de même 30 ha d'abricotiers, a opté pour une autre organisation de la commercialisation, en s'associant à une société commerciale beaucoup plus importante, Fruit Union SA. L'exploitation bénéficie ainsi d'un réseau commercial élargi et surtout du travail des commerciaux de Fruit Union SA. Elle commercialise encore 20% de ses volumes par ses propres contacts, des grossistes situés dans l'ouest et le sud de la France, mais la facturation passe par Fruit Union SA. La stratégie de production est de type « *standard plus* », spécialisée dans l'abricot ce qui permet de profiter pleinement de la bonne situation actuelle de cette espèce (marché en croissance, peu de concurrence espagnole), et de la notoriété de la variété Bergeron qui représente 80% du verger. La recherche de variétés nouvelles, notamment tardives, n'en demeure pas moins une perspective d'avenir pour l'exploitation, perspective partagée par les membres de Fruit Union SA. Enfin, une petite partie des volumes est vendue à un transformateur de Valence, mais ce débouché s'effrite devant la chute des prix des produits pour l'industrie.

La dernière exploitation constitue un cas limite de ce groupe. De taille moyenne, elle commercialise encore sur les circuits traditionnels de Rungis et via des grossistes du sud de l'Ardèche. Pour conserver ces créneaux de plus en plus étroits, la stratégie repose sur une forte spécification de la production, en mettant en avant le terroir comme facteur de qualité. Ainsi, ce producteur utilise la marque collective « Haute Ardèche » qu'il promeut en arguant que la coloration de ses abricots, leur bonne conservation et leur gustativité sont liées aux caractéristiques pédoclimatiques du plateau ardéchois. Malgré tout, le producteur constate la difficulté à se maintenir seul sur ces petits créneaux de marché, surtout lors des années de récolte abondante[263].

En définitive, même avec la volonté de maintenir la marge de la première mise en marché sur l'exploitation, la commercialisation par les circuits d'expédition standards, c'est-à-dire les centrales d'achats, l'export, la vente aux grossistes nationaux, ne permet pas d'obtenir un prix compensant les charges de mise en marché d'une exploitation moyenne à grande en Moyenne Vallée du Rhône, et cela même sur des créneaux spécifiques comme la production biologique. Les quatre exemples montrent qu'à partir d'un certain volume de fruits à commercialiser, seuls ces circuits d'expédition sont capables de les absorber, et les atteindre exige une fonction commerciale spécialisée. Ainsi, les exploitations regroupent des volumes encore plus importants pour supporter cette fonction commerciale exacerbée. A l'intérieur de ce schéma, plusieurs stratégies de production se déclinent : des stratégies que l'on peut appeler « de productivité » puisque orientées sur un objectif de rendement maximum et de minimisation des charges ; des stratégies « de qualité » (AB, label rouge, lien à l'origine), bien que la maîtrise des charges demeure un enjeu permanent.

[262] Les arbres sont conduits en palissage, et une partie de la taille peut être mécanisée. Cette technique est encore expérimentale.

[263] Pour ces raisons il fut membre de l'association pour l'IGP « Bergeron de Haute Ardèche ».

C'est du type de stratégie de production visé que dépendent l'échelle et la structuration de l'organisation collective de vente.

b) Ressources organisationnelles : organisations collectives de vente à échelles variables

Pour cette stratégie d'« expédition nationale-export » comme pour la précédente, la ressource essentielle est de nature organisationnelle. Elle doit permettre un amortissement des charges engendrées par la mise en marché par un regroupement efficace d'une offre de qualité homogène. Quelle que soit la manière dont est construit le regroupement, par internalisation ou externalisation de la fonction commerciale, le rassemblement de fruits de qualité homogène requièrt soit interconnaissance et confiance entre les membres de l'organisation, soit un cahier des charges de production. Ainsi les membres de l'organisation collective de vente sont généralement en très petit nombre, se connaissent bien et « *travaillent de la même façon* »[264]. Cela se rapproche d'un fonctionnement « club » (Dubuisson-Quellier et al., 2006) alors qu'il n'y a pas reconnaissance en OP.

Paradoxalement, deux des exploitations de ce type sont membres d'une OP fédérative, mais aucune ne mobilise ce groupement pour la commercialisation, soit parce que les logiques qualités des autres adhérents ne correspondent pas à la leur, soit parce que les volumes regroupés par l'OP ne sont pas assez importants. Les deux adhésions à ces OP ont été justifiées par l'accès aux aides des programmes opérationnels (aides à la plantation notamment) et aux retraits pour la pêche, ainsi que par la volonté d'appartenir à un groupe pour échanger sur le plan technique, et rester en contacts avec l'évolution de la profession. Cela illustre l' « échec » de l'objectif de regroupement de l'offre que visait l'OCM de 1996 par la constitution d'OP. Pour ces exploitations, il y a au contraire une disjonction claire entre l'organisation administrative et la reconnaissance professionnelle qu'offre l'OP, et l'organisation économique de leur commercialisation au sein de collectifs plus réduits.

La qualité des fruits et la stratégie commerciale qui lui correspond constituent l'élément fédérateur de ces organisations collectives de vente. L'échelle géographique et l'ancrage territorial du collectif en dépendent. Dans les cas où la qualité des fruits est construite sans référence à l'origine géographique, ce sont les proximités géographique et institutionnelle qui structurent le collectif, comme dans la stratégie de type 1. En revanche, lorsque les producteurs revendiquent une qualité liée au territoire, ce même territoire prend une place importante dans la construction du collectif, supplantant parfois la proximité institutionnelle.

Dans le cas de la stratégie fondée sur une production de fruits bio destinés aux circuits de grande distribution, l'exploitation rachète des fruits de quelques exploitations voisines, certaines pouvant venir des départements limitrophes, comme celui des Alpes-de-Haute-Provence. L'échelle de l'organisation est essentiellement locale, avec néanmoins des ramifications un peu plus éloignées pour rassembler des fruits labellisés AB encore peu courants. La proximité géographique a été nécessaire pour l'établissement et le fonctionnement de la relation commerciale : d'une part le producteur-expéditeur a pu connaître et identifier ses producteurs fournisseurs, d'autre part, il peut suivre les pratiques de production et la qualité des fruits qu'il va commercialiser sous son nom. Ce n'est qu'une fois que les relations commerciales sont éprouvées dans la durée que la proximité institutionnelle peut venir prendre le relais.

Le cas de l'exploitation productrice d'abricots qui s'est associée au groupe Fruit Union S.A., dont la stratégie est de proposer aux GMS et à l'export une gamme de fruits standards sur toute la saison de production, montre une organisation à l'échelle du Grand Sud-Est. Fruit Union SA rassemble en effet quelques coopératives et producteurs indépendants visant ces

[264] Producteur-expéditeur, enquête personnelle 2006.

mêmes marchés de volumes, situés tout au long de la vallée du Rhône, entre Lyon et la Méditerranée. L'organisation spatiale prend la forme d'un réseau oligo-polaire, dont les liens reposent sur des relations commerciales anciennes et une conception commune de la qualité standard. Son centre se trouve dans la Moyenne Vallée du Rhône, où sont situés les principaux opérateurs. C'est donc la proximité institutionnelle qui est fédératrice ici, issue des réseaux professionnels et commerciaux historiques.

Enfin, l'exploitation qui mobilise explicitement l'identité territoriale par la marque collective « Haute Ardèche » montre l'influence de l'appartenance territoriale dans la construction de collectifs commerciaux. Cette marque est portée par une association d'une vingtaine de producteurs indépendants rassemblés par leur localisation dans la moitié nord de l'Ardèche. Le nom donné à cette association, « Vergers Nord Ardèche » témoigne de la logique territoriale qui délimite l'échelle de ce collectif. Mais la seule proximité territoriale ne suffit pas à rassembler des producteurs ayant les mêmes pratiques de production et les mêmes objectifs de qualité. Le manque de référentiel partagé pour élaborer une offre commune homogène, pouvant être valorisée sous la même référence à l'origine, empêche la mise en place d'une organisation commerciale efficace (cf. chapitre 3).

L'analyse montre ainsi qu'il est plus facile de constituer une offre de fruits de qualité homogène lorsque le collectif de producteurs est rassemblé par une proximité institutionnelle que lorsqu'il se construit autour d'une proximité géographique. Dans le premier cas, l'accord collectif est possible grâce à la définition partagée de la qualité, pré-existante ou construite entre les membres. En revanche, dans le second cas, il manque un système de valeurs commun définissant la qualité. C'est ce qui explique en partie que les organisations collectives de vente décrites ici ne correspondent pas aux collectifs des OP fédératives. Lors de la constitution de ces OP, pour des raisons évidentes de praticité (ne serait-ce que pour les transports lorsqu'il faut organiser des réunions) et d'interconnaissance, les producteurs se rassemblent selon une proximité géographique, en référence à des espaces d'appartenance. Les noms donnés à ces OP en témoignent[265] : ils correspondent presque tous aux périmètres géographiques de provenance des producteurs membres. Si cette proximité géographique autorise le fonctionnement administratif des OP fédératives, en revanche, une proximité institutionnelle est nécessaire pour s'entendre sur une définition de la qualité, d'où la constitution de micro-collectifs commerciaux hors de ces OP à base géographique.

En définitive, la ressource mobilisée dans les stratégies de type expédition nationale-export relève de la proximité institutionnelle entre les membres de l'organisation collective de vente. Celle-ci leur confère le cadre cognitif nécessaire à l'élaboration d'une qualité homogène correspondant à la stratégie commerciale. Cette proximité institutionnelle peut être héritée de réseaux préexistants, ou construite à partir de relations de proximité géographique.

[265] Les OP concernées sont les suivantes : GAMOVAR (groupement d'arboriculteurs de la Moyenne Vallée du Rhône), GDV (groupement Dauphiné-Vivarais), Dolon-Valloire (vallées du Nord Drôme), Isérine.

3. Des ressources organisationnelles fondées sur les proximités entre producteurs et metteurs en marché

Les ressources mobilisées pour la commercialisation à l'échelle suprarégionale, comprenant les stratégies de type 1 et de type 2, sont essentiellement organisationnelles. Elles reposent sur les proximités institutionnelles et géographiques entre producteurs et metteurs en marché, qui se combinent entre elles de deux manières.

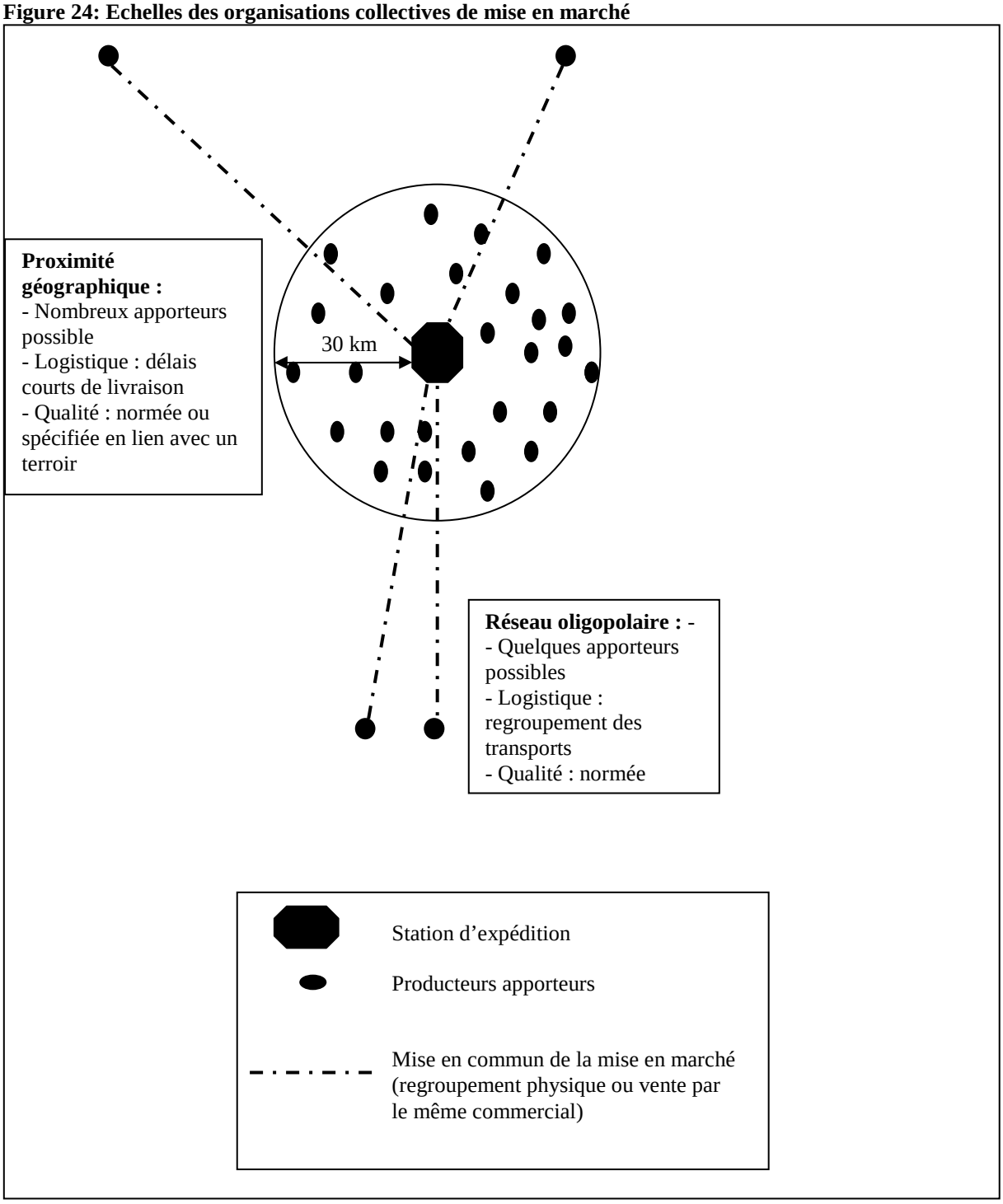
La première utilise les organisations commerciales du bassin pour faciliter la mise en marché, sans qualification particulière des fruits. Dans ce cas, il peut y avoir territorialisation de la ressource organisationnelle par l'implication des acteurs locaux au sein des organisations collectives de mise en marché, comme dans les coopératives. Néanmoins, l'absence de stratégie de différenciation des fruits en lien avec le territoire fait que ces organisations de mise en marché restent en tension entre l'enjeu d'ancrage des producteurs et la stratégie d'expansion de l'approvisionnement pour satisfaire aux marchés de volumes. Les fruits ne se démarquent pas de la concurrence internationale et la logique de prix bas reste dominante, malgré les efforts d'organisation locale pour optimiser les charges de mise en marché. Ainsi, la ressource organisationnelle mise en œuvre demeure fragile et exposée à la délocalisation.

La seconde combinaison emprunte également les organisations commerciales du bassin pour faciliter la mise en marché, mais il y a en outre qualification des fruits. Les stratégies de qualification des fruits sont généralement portées par des expéditeurs privés spécialistes d'un type de produit, comme la poire haut de gamme ou l'abricot des plateaux ardéchois, ou par des producteurs-expéditeurs. La différenciation des fruits par rapport aux marchés de volumes peut se faire par des qualités labellisées sans lien au territoire, comme les label rouge et AB, ou par des qualités haut de gamme liées aux terroirs agronomiques, mais dont la référence à l'origine est peu médiatisée, comme pour la poire de la Valloire, ou encore en faisant référence explicite à l'origine, par exemple par des marques privées ou collectives.

Dans ce dernier cas, il s'agit de tracer le produit, de transmettre avec lui, hors du bassin de production, la qualité subjective liée à une origine donnée. On retrouve la logique de passage d'un signal de provenance à un attribut de qualité pour le produit (Lacroix et al., 2000). Pour cela, les outils commerciaux classiques sont mobilisés : marques privées ou collectives, supports de communication divers (plaquettes, étiquettes, logos, sites Internet). Les deux seules « origines » revendiquées dans la Moyenne Vallée du Rhône sont « Châteauneuf – Drôme » dans une moindre mesure, et surtout « Ardèche ». En outre, dans le cas de la marque « Haute Ardèche » la référence à la montagne ajoute des valeurs positives. Nous n'avons pas identifié d'autres mentions de lieux de la Moyenne Vallée du Rhône dans les stratégies des exploitations. Ainsi, le lien entre les fruits et certains terroirs fruitiers constitue une ressource différenciative, puisque la qualité spécifique est reconnue par certains opérateurs de la filière.

La plus-value obtenue au niveau de l'exploitation dépend ainsi du dispositif commercial permettant de transmettre l'information. Soit elle est transmise oralement entre le producteur et des expéditeurs spécialisés, qui se partagent alors la plus-value. Soit elle est appropriée par le producteur, lorsqu'il met lui-même en marché, par l'utilisation d'une marque commerciale faisant référence à une origine reconnue. Dans tous les cas, cette information faisant valeur-ajoutée ne parvient pas jusqu'aux consommateurs. C'est à l'opérateur qui en maîtrise l'utilisation que revient la plus grande partie de la marge. Malgré tout, pour un producteur, la marque privée n'est pas un outil suffisant pour s'affranchir du pouvoir des intermédiaires tant qu'elle reste inconnue des consommateurs et qu'elle ne concerne que de petits volumes.

Figure 24: Echelles des organisations collectives de mise en marché



Réalisation C. Praly.

Avec ou sans stratégie de différenciation, pour ces deux profils-types l'élément fédérateur des organisations collectives est l'obtention d'une qualité homogène en une quantité dépassant la production d'une seule exploitation, le tout pour satisfaire les marchés d'expédition. Gérer une qualité homogène en fruit frais nécessite des flux rapides, ce qui suppose une logistique efficace. Pour cela la proximité géographique reste une variable structurante. Elle se décline à différentes échelles selon le nombre de producteurs à fédérer et le type de qualité visée. Ainsi, le schéma suivant représente les interactions entre l'échelle géographique de l'organisation collective de mise en marché, le nombre d'apporteurs impliqués et l'objectif de qualité visé (Figure 24).

L'échelle de la proximité géographique est celle qui permet de rassembler un grand nombre de producteurs autour d'une station d'expédition. La proximité entre la station et les vergers permet au metteur en marché d'avoir une bonne connaissance de la production et d'assurer une logistique efficace et peu coûteuse. Cela lui facilite le travail de mise en adéquation entre son approvisionnement et ses commandes, et lui confère une capacité d'anticipation et de réactivité sur les marchés. L'échelle de proximité observée dans les organisations collectives de mise en marché correspond à un temps de trajet d'1h-1h30 entre l'exploitation et la station. Les producteurs doivent pouvoir assurer quotidiennement les livraisons de fruits.

Un second périmètre d'échelle se dessine, formé par un petit nombre de producteurs rassemblés autour d'une station de mise en marché. La distance séparant les opérateurs est compensée par le fait que leur faible nombre facilite l'entente sur les modes de production et la qualité visée, ainsi que l'organisation logistique des flux. La référence à une qualité normative, qu'elle soit standard ou haut de gamme (label rouge, AB), permet son application dans les divers vergers, même éloignés les uns des autres. En outre, la logistique est simplifiée puisque souvent la station centrale de mise en marché n'assure que la commercialisation, le conditionnement se faisant sur les lieux de production. La marchandise ne transite pas obligatoirement par le lieu où s'effectue sa commercialisation. Ces réseaux oligopolaires sont donc fédérés par une proximité institutionnelle permettant l'élaboration d'une même stratégie commerciale, qui repose sur une formalisation de la qualité.

Une même organisation collective de vente peut s'inscrire soit dans la proximité géographique, soit dans une construction oligopolaire, ou bien combiner un approvisionnement selon ces deux échelles. C'est le cas de presque toutes les coopératives de la Moyenne Vallée du Rhône. A partir de ce schéma général, il est possible de préciser différents rôles des producteurs, selon qu'ils appartiennent aux stratégies des types 1 ou 2. Dans le type 1, où il y a délégation de la mise en marché, le producteur ne maîtrise pas la stratégie d'expédition, sauf forte implication dans le conseil d'administration d'une coopérative. En revanche, dans le type 2, le producteur est pilote de sa stratégie d'expédition et s'est entouré d'une organisation collective de mise en marché adaptée.

En définitive, l'efficacité de ces types de stratégie relève de la proximité, géographique ou institutionnelle, entre la production et les stations d'expédition, puisque cette efficacité est liée aux impératifs organisationnels de production et de regroupement d'un volume de fruits de qualité homogène. Plus le nombre d'apporteurs est élevé, plus la concentration du collectif sur une échelle restreinte est nécessaire pour assurer une bonne coordination de l'approvisionnement. De même, plus la qualité du produit est spécifiée et fondée sur des références informelles, plus la proximité géographique et institutionnelle entre les opérateurs doit être grande. Si la proximité institutionnelle est indispensable à l'élaboration d'une qualité spécifiée collective, elle peut également remplacer la proximité géographique dans les organisations oligopolaires.

III. Les stratégies d'exploitation combinant circuits d'expédition et régionaux

Trois types de stratégies de valorisation commercialisent à la fois par les circuits d'expédition et les circuits régionaux. Après les avoir détaillés, nous analyserons comment ces deux catégories de circuits s'opposent ou se complètent.

1. Type 3 : Expédition et vente directe en complément

Le type « expédition et vente directe en complément » rassemble cinq exploitations (Tableau 25) dont la stratégie consiste à vendre la majorité des volumes de production par les circuits d'expédition, ainsi qu'une petite partie directement aux consommateurs. La combinaison de ces deux débouchés, valorisant différentes qualités des fruits, permet d'obtenir une meilleure valeur ajoutée sur l'exploitation.

Tableau 25: caractéristiques des exploitations du type 3

N°EA	Pratique de commercialisation	Localisation	Surface verger	Système de production	Date d'instal-lation
3	Grossiste + vente à la ferme	Sud Drôme	35 ha	Pêches/abricots	1991
4	Expédition + vente à la ferme	Sud Drôme	45 ha	Pêches/abr/poires/cerises/ kiwi	Avant 1980
9	Expédition + vente en magasin à la ferme	Sud Drôme	35 ha	Pêches/abr/pommes	2004
11	Coopérative + vente à la ferme	Nord Drôme	30 ha	Pêches/abr/cerises/fraises/ pommes/poires + céréales	2005
12	Coopérative + vente sur marché hebdo.	Nord Drôme	30 ha	Abr/cerises/pommes/poire /pts fruits + céréales + tabac	1977

a) Deux manières de répartir les fruits entre l'expédition et la vente directe

Ce type concerne cinq exploitations de grande taille (30 à 45 ha de vergers), situées dans la Drôme, plutôt spécialisées en fruits avec parfois une petite production de céréales ou de tabac en complément, et fonctionnant avec au moins 2 UTA de main d'œuvre familiale. Quatre d'entre elles ont un statut de société à deux associés, soit entre époux, soit entre frères ou amis. Une autre caractéristique notable de ce groupe est la bonne formation des chefs d'exploitation. Malgré des âges très dispersés (allant de moins de 30 ans à plus de 50 ans), et des dates d'installation pareillement échelonnées, on trouve deux ingénieurs agronomes, un titulaire d'une maîtrise d'histoire, et un d'un BTA. Ces producteurs sont par ailleurs tous fils d'arboriculteurs[266] et se sont installés immédiatement après leurs études, sans exercer d'autre activité professionnelle. Le métier d'arboriculteur était donc non seulement un choix réfléchi mais également une aspiration personnelle.

Les systèmes de commercialisation actuels apparaissent comme le résultat d'une pratique dominante d'expédition héritée du système précédent, à laquelle s'est ajoutée une pratique de vente directe aux particuliers. Nous distinguerons deux sous-types parmi ces cinq

[266] Des arboriculteurs déjà spécialisés, puisqu'une seule exploitation était en système fruit/élevage lors de la reprise. L'élevage a d'ailleurs été abandonné.

exploitations, selon que la vente directe fasse l'objet de pratiques de production spécifiques ou non.

i. La vente directe pour les « écarts de tri »

Deux exploitations ne vendent aux particuliers que leurs « *écarts de tri* » ou « *pêches mûres* ». Elles sont toutes deux spécialisées en fruits (pêches/abricots/pommes), et conditionnent elles-mêmes. L'une livre directement un grossiste dans la vallée, l'autre expédie essentiellement aux GMS et à Rungis, la vente étant assurée par le commercial de l'OP fédérative à laquelle elle adhère. Si pour l'une, la vente des pêches mûres se limite à quelques « *gens du coin* » et connaissances qui viennent les chercher à la station ce qui représente environ 1% des volumes soit une dizaine de tonnes par an, cette pratique a pris une toute autre ampleur pour la seconde.

Devant la demande importante des consommateurs locaux, et à l'initiative de la sœur de l'un des producteurs, un véritable magasin primeur a été créé en 2000, attenant à la station de conditionnement. Le choix d'un statut de SARL, dont les sociétaires sont les mêmes que ceux de l'exploitation, permet d'acheter une grande diversité de produits locaux afin d'offrir une gamme aux clients. La politique de la maison est clairement de ne travailler qu'avec des produits locaux, la provenance (en général le département) étant bien signifiée pour chaque produit. Rapidement, en réponse à la demande des clients, la gamme a été élargie à l'ensemble des produits agroalimentaires locaux (fromages, charcuteries, vins, jus, sirops, confitures, miels, etc.) et aux fruits et légumes d'importation (pour les agrumes, les avocats, les bananes). Le succès est tel que le magasin a été agrandi pour la saison 2007. Pour l'exploitation, il présente un double avantage. D'abord, il permet d'écouler des volumes non négligeables dont la marge commerciale est maintenue sur l'exploitation : 30 t. de pommes, 24 t. de pêches[267], 5 t. d'abricots en 2005, ce qui représente respectivement 18%, 2,5% et 2,1% des volumes produits par l'exploitation. Ensuite, le magasin valorise correctement des catégories de fruits qui sont très mal payées sur le marché de l'expédition : catégorie II et I bis en pommes, notamment des variétés club déclassées, pêches et abricots mûrs. L'objectif pour l'avenir est d'ailleurs d'augmenter les volumes commercialisés en direct.

Dans ces systèmes, le tri entre les fruits vendus aux consommateurs et les fruits expédiés se fait sur les critères de la normalisation commerciale, les consommateurs locaux s'intéressant bien davantage à la maturité et à la provenance qu'à la catégorie Extra ou I. Le tri intervient donc après la phase de calibrage/conditionnement. Il n'y a donc pas de modification du travail au niveau de la production et du conditionnement, ce qui entraîne peu de surcharge de travail pour l'exploitation, excepté pour la vente en elle-même. Ici, la plus value est gagnée sur la vente de volumes de fruits vendus plus chers que s'ils étaient commercialisés par les circuits d'expédition, sans gros investissement supplémentaire (ni de travail, ni de capital).

ii. La production de fruits dédiés à la vente directe

En revanche, les trois autres exploitations de ce type présentent des pratiques nettement différenciées pour l'élaboration de l'offre des fruits vendus directement. La première, située dans le Sud Drôme, est spécialisée en fruits et très diversifiée : une grosse production de pêches (32 ha) déclinées sous diverses variétés (pêches et nectarines classiques, pêches plates, mini pêches, pêches d'or, pêches sanguines, etc.), mais également toute une gamme d'espèces différentes dont une partie en bio[268]. La majeure partie des volumes est vendue à des

[267] Pour donner un ordre de grandeur, 24t de pêches vendues en une saison de production (environ 2 mois) correspondent à la vente de 100 grands plateaux par jour. Les plateaux de pêche pèsent 4 kg environ.

[268] 5 ha d'abricots, 3 ha de cerisiers, 4 ha de noyers en reconversion bio, 4 ha de châtaigniers en reconversion bio, un peu de noisetiers, un peu de kiwis, un peu de poiriers tout en reconversion bio. Ces espèces en conversion bio ont été plantées suite aux arrachages des vergers de pêchers touchés par la sharka.

grossistes situés à Paris, Nancy et Liège. Les fruits haut de gamme et originaux sont revendus dans les épiceries fines, tandis que le reste part sur les marchés classiques. Le conditionnement et l'expédition sont réalisés sur l'exploitation. La vente est assurée par un commercial, employé en commun avec cinq autres producteurs locaux rassemblés dans un bureau de vente. La stratégie de différenciation est très forte pour l'ensemble de la production, jouant à la fois la carte de l'originalité des fruits « extraordinaires » (le producteur était également pépiniériste obtenteur), de la certification AB pour les productions nouvellement plantées, ainsi que sur le lien au terroir de Châteauneuf-sur-Isère. La vente directe aux consommateurs, qui a commencé par la vente des pêches mûres aux habitants locaux, est aujourd'hui une stratégie en développement. Le producteur a en effet constaté que la demande locale augmentait du fait de la diminution du nombre d'exploitations et de l'arrachage des vergers infestés par la sharka. Par ailleurs, il a aussi ouvert une activité de gîtes ruraux récemment. Les clients y disposent de fruits à volonté – « *pour leur apprendre à manger des fruits* »[269] - et le producteur leur propose des visites des vergers. De ce fait, les ventes directes à la ferme sont passées de 0,03% des volumes en 2003, à 0,5% en 2004 et 1% en 2005. La tendance devrait continuer à augmenter puisque ses projets viennent consolider l'orientation agritouristique, avec l'ouverture de nouveaux gîtes, la participation active aux manifestations comme « De Ferme en Ferme », et surtout la création d'un verger conservatoire et d'un éco-musée sur l'histoire de l'arboriculture et des variétés locales[270]. Les fruits vendus en direct sont majoritairement des espèces « normales » : des fruits mûrs, issus du tri de la station de conditionnement, et du jus (4 000L transformés à façon par un industriel de Savoie). Les variétés « extraordinaires », bien valorisées à l'expédition, jouent davantage le rôle de vitrine, les acheteurs locaux n'étant pas prêts à payer des fruits très cher.

Les deux autres exploitations entrant dans ce type sont relativement semblables. Toutes deux situées dans le Nord Drôme, en système fruits diversifiés (pêches, abricots, pommes, poires, cerises, petits fruits) et céréales, elles adhèrent à une coopérative. Toutes deux produisent selon des pratiques techniquement exigeantes, liées à des valeurs personnelles (les deux sont en PFI) et à la nécessité d'accéder aux marchés des GMS les plus rémunérateurs (FQC). Ainsi, la stratégie de production au verger est de type « *standard plus* » avec certification commerciale. Parallèlement, une petite partie de la production est vendue directement aux consommateurs, sur un marché forain hebdomadaire en Franche-Comté pour l'un, de manière quotidienne à la ferme pour l'autre en saison de production. Si la vente de fruits mûrs à la ferme existait déjà dans le début des années 1980, l'offre proposée a évolué en quantité et en qualité. Aujourd'hui, il y a élaboration d'une offre spécifique pour cette vente. D'abord, il y a eu constitution d'une gamme extrêmement diversifiée : non seulement les différentes espèces et variétés produites pour la coopératives sont présentes, mais d'autres sont plantées spécialement pour alimenter « le stand », par lots de quelques arbres installés dans les recoins de parcelles ou en bords de chemins. Ainsi recense-t-on des mirabelles, des prunes, des pêches plates, des framboises, fraises, groseilles, tomates ainsi qu'une gamme de légumes produits par la famille (aide des parents, du frère maraîcher, etc.). L'extension de la gamme vise deux objectifs : diversité et qualité gustative des variétés proposées. Ensuite, il y a différenciation des pratiques : les fruits vendus sur le stand sont récoltés à part, par un personnel spécifiquement qualifié et dédié à cette tâche. Ils sont choisis mûrs et rangés directement en plateaux ou barquettes. Une partie des fruits est transformée en jus, vendus

[269] Producteur, enquête personnelle 2006.

[270] Fin 2007, la capacité d'accueil des gîtes était de 23-24 personnes, et déjà 110 variétés de pêchers ont été greffées, issues des collections du conservatoire de Porquerolles et de collections privées locales, plus quelques variétés d'abricotiers, et de cerisiers. Le projet global de l'exploitation reprend le concept canadien d' « écono-musée », alliant éco-musée et une activité agricole réelle.

également en direct. Le poids de la vente directe est difficile à mesurer[271], l'un déclare toutefois écouler 10% de ses volumes par ce biais. Les deux s'accordent sur l'importance de cette pratique pour la viabilité économique de leurs exploitations. Elle permet en effet de valoriser des fruits de catégorie II et des espèces[272] qui, aujourd'hui, « *n'auraient plus de solution commerciale dans les marchés habituels* »[273], c'est-à-dire dans les circuits d'expédition. Elle assure également une entrée de trésorerie immédiate (et pas toujours déclarée). La part du chiffre d'affaires issue de la vente directe dépend des années, des prix de chaque produit. Ainsi, une exploitation déclare faire en moyenne 25% de son chiffre d'affaires avec la vente directe, tandis que l'autre estime que pour 2005, année où le prix des pêches a été particulièrement bas, la vente directe a représenté 90% de son chiffre d'affaires[274].

Dans ces trois cas, il y a élaboration sur la même exploitation de deux offres clairement différenciées pour satisfaire deux circuits de commercialisation : l'expédition et la vente directe aux consommateurs. Pour chacun de ces circuits, le positionnement haut de gamme est visé (soit par la certification commerciale, soit par la recherche de goût) afin d'obtenir la meilleure valorisation. L'investissement pour la vente directe est important, essentiellement en termes de temps de travail de personnels « spécialisés ». De fait, si la récolte peut être déléguée à des employés formés au travail des fruits mûrs, la vente est toujours assurée soit par le producteur, soit par son épouse ou ses enfants. Eux seuls sont capables de répondre aux différentes attentes des clients, dont l'une d'elle est précisément le contact avec le producteur. Ce temps est important, notamment en pleine saison : le stand de vente directe à la ferme occupe deux personnes à temps plein pendant presque trois mois ; le marché hebdomadaire en Franche-Comté mobilise une personne de la veille au soir au lendemain après midi, et cela toute l'année.

Ainsi, les deux voies de commercialisation, qui peuvent paraître à priori opposées, apparaissent complémentaires en ce qui concerne les qualités valorisées.

b) Complémentarité entre les qualités valorisées par l'expédition et par la vente directe

On sort du schéma binaire « économie industrielle » ou « économie de la qualité ». Ici les deux logiques s'entrelacent, se combinent, pour assurer une viabilité économique en tirant parti du fonctionnement particulièrement complexe de la filière fruits. La stratégie repose en fait sur un constat simple : la qualité valorisée sur les circuits d'expédition classique n'est pas du tout la même que celle demandée par les consommateurs locaux. Ainsi, chacune des exploitations décrites distingue :

- une production de volumes de haute « qualité commerciale », mesurée en catégorie 1 et extra (calibre, aspect, « tenue »), certifiée selon les normes en vigueur dans les circuits d'expédition (Eurepgap, PFI ou FQC…), et valorisée par les GMS ;
- une petite production de haute « qualité consommateurs », mesurée en maturité et en goût, garantie par la présence du producteur lors de la vente, valorisée par les consommateurs locaux et de passage.

[271] On l'a dit, la majorité des transactions liées à ce mode de commercialisation n'est pas déclarée. Les producteurs restent évasifs sur ces questions.

[272] Certaines espèces « démodées » ne sont plus acceptées par les marchés d'expédition, et sont donc souvent expédiées en PAV par les coopératives, qui incitent les producteurs au renouvellement des vergers.

[273] Producteur, enquête personnelle, 2006.

[274] En 2005, le prix moyen payé par la coopérative était de 0,32€/kg de pêches, alors que le coût de production sur l'exploitation est estimé à 0,42€/kg (ce qui est « performant » comparé aux chiffres nationaux). Les pêches, en vente directe, sont invariablement vendues 1,5€/kg.

Cette conception duale de la qualité ne s'oppose pas aux caractéristiques de la production fruitière : un arbre, de quelque espèce que ce soit, ne peut pas produire que du gros calibre ; un même fruit peut être récolté plus ou moins ferme. Cela signifie que ces deux stratégies de commercialisation sont également adaptées à l'irréductible variabilité qualitative de la production fruitière. Ainsi, la proportion du volume vendue en direct ne fait pas défaut à l'offre élaborée pour les circuits d'expédition : s'ils sont expédiés, les fruits mûrs sont de toute façon retournés par les clients (« la casse ») et les petits calibres sont difficiles à valoriser. Cela pourrait peut-être expliquer le fait que les coopératives tolèrent les pratiques de vente directe. D'ailleurs, la plupart des coopératives de la Moyenne Vallée du Rhône ont, elles aussi, un petit magasin de vente directe, où elles vendent les « fruits mûrs » et le second choix pour les confitures.

Ainsi, la complémentarité de ces pratiques de commercialisation, à l'échelle de l'exploitation, repose sur l'adéquation de deux caractéristiques inhérentes à la filière fruits : le caractère irréductible et multidimensionnel de la variabilité de la qualité des fruits d'un verger[275], et le fait que la qualité valorisée par les circuits d'expédition, notamment les GMS, ne soit pas du tout la même que celle valorisée par les consommateurs locaux. Ceci explique que le producteur qui réalise, une année, 90% de son chiffre d'affaires en vendant en direct 10% de ses volumes n'envisage pas pour autant d'arracher 90% de son verger. Cela explique aussi qu'un autre puisse déclarer faire 25% de son chiffre d'affaires « *avec des produits qui sinon iraient à la poubelle, et qui aujourd'hui ne sont même pas produits chez la plupart des producteurs*. » Le principal facteur limitant de cette organisation concerne le besoin en temps de travail pour la vente directe : les deux exploitations ayant poussé le plus loin l'élaboration de leur offre pour la vente directe sont aussi celles qui livrent en coopérative, tandis que les autres ont à assurer le conditionnement et l'expédition de leurs fruits. Il n'est pas non plus anodin que les exploitations de ce type présentent 2 UTA familiales. Elles peuvent donc supporter ce surplus de travail, qui serait nettement plus coûteux s'il fallait payer les heures de travail à un salarié.

Des éléments territoriaux peuvent être mobilisés pour différencier l'offre des exploitations, à la fois pour l'expédition et pour la vente locale. L'exploitation située à Châteauneuf-sur-Isère constitue le seul exemple d'une telle différenciation, mais il est remarquablement abouti. Différentes dimensions du lien entre les fruits et cette commune, considérée comme ayant un terroir spécifique, sont mises en avant, à la fois sur sa plaquette commerciale, sur son site Internet, sur son logo mentionnant « *Châteauneuf-sur-Isère, capitale de la pêche* ». La communication est déclinée selon le slogan « *Notre pêche… du terroir à fleur de peau* » ou encore « *Du terroir à l'assiette* ». Cette exploitation, qui a également une activité de gîtes et chambres d'hôtes, met d'abord en avant son activité agricole, se nommant « Domaine arboricole et de tourisme ». Les différents supports de communication insistent sur son ancienneté, « *créée au 19ème siècle* », sur son terroir « *Au pays de Châteauneuf, le terroir, par excellence de la pêche, se caractérise avec son soleil, ses cailloux et ses sables qui favorisent l'expression qualitative de nos fruits.* », et ses espèces de fruits rares. Le site Internet évoque toutes les étapes de la production de fruits, toutes étant présentées comme des éléments attractifs : le verger comme promenade et cadre agréable du gîte, les fruits frais et les produits transformés comme produits à déguster. Cette exploitation montre un exemple où la conception de l'ancrage territorial permet à la fois de qualifier la production et de spécifier et apporter des aménités à l'accueil touristique qui y est proposé.

[275] On peut décliner la variabilité de la qualité des fruits selon les années (conditions climatiques), à l'échelle de l'arbre (position dans l'arbre), à l'échelle d'un fruit (évolution quotidienne).

Enfin, les profils de ces exploitations sont loin du stéréotype véhiculé pendant longtemps sur l'archaïsme de la vente directe. Les producteurs rencontrés sont à l'opposé du cliché des « *bricolos* », producteurs plutôt âgés ou pluriactifs, incapables d'évoluer et de suivre le progrès, continuant de cultiver comme le faisaient leurs parents des petits vergers dont les fruits sont vendus « *dans la nature* ». Au contraire, ce sont les mieux formés de l'échantillon, arboriculteurs spécialisés sur des vergers de plus de 30 ha, aussi pointus techniquement (vu leurs certifications) que passionnés par leur métier, et engagés dans diverses responsabilités professionnelles.

On peut également relever le rôle de cette double pratique de commercialisation sur l'évolution des structures d'exploitation. La pratique de la vente directe s'oppose à la spécialisation sur quelques espèces de fruits. Il apparaît en effet que les exploitations pratiquant une part non négligeable de vente directe durant la décennie 1990 se soient beaucoup moins spécialisées que les autres. C'est le cas des deux exemples situés dans le Nord Drôme, dont l'un constate clairement que cette pratique explique qu'il ne se soit pas spécialisé complètement (et non l'inverse). Aujourd'hui, l'effet n'est plus de freiner la spécialisation, mais bien davantage de pousser à la diversification en termes d'espèces, de variété, et de produits transformés (même si la tendance est juste naissante). Sur les cinq exploitations de ce type, les trois ayant une stratégie d'élaboration d'une offre pour la vente directe déclarent avoir diversifié récemment leur gamme.

La logique de valorisation de diverses qualités en multipliant les débouchés de l'exploitation est poussée encore plus loin dans les exploitations du profil-type suivant.

2. Type 4 : Expédition et vente aux intermédiaires régionaux

Le type « expédition et vente aux intermédiaires régionaux » correspond aux exploitations qui commercialisent une part de leurs volumes par les circuits d'expédition et l'autre part par les intermédiaires régionaux, c'est-à-dire les détaillants et les transformateurs. Les exploitations assurent donc tout ou partie du travail de tri, de conditionnement et de livraison. Ce type concerne six exploitations caractérisées par leur grande diversité structurelle (Tableau 26) : des surfaces de verger allant de 6 à 35 ha, de l'exploitation individuelle au GAEC à trois associés avec société commerciale, de l'emploi de 1,7 à 20 UTA. Les producteurs sont de tous âges, de formation disparate et générale, peu spécialisée dans l'arboriculture[276]. Leurs installations sont intervenues entre 1972 et 1991, donc sur un large pas de temps et les dernières ont eu lieu avant la chute structurelle des prix.

[276] Trois producteurs sur les six concernés ont suivi une formation agricole, de niveau moyen (BEPA en élevage, BTA), tandis qu'un quatrième a suivi des études professionnelles dans un tout autre domaine (CAP).

Tableau 26: caractéristiques des exploitations du type 4

N°EA	Pratique de commercialisation	Localisation	Surface verger	Système de production	Date d'instal-lation
2	Grossiste + détaillants régionaux	Sud Ardèche	35 ha	Pêches/abr/kiwi	1984
16	Expéditeur + détaillants régionaux	Nord Drôme	20 ha	Abr/cerises/pommes/ pts fruits	1988
17	Grossiste + détaillants et IAA régionaux + vente sur marché hebdo.	Nord Drôme	6 ha	Abr/poires/cerises/ kiwi/pts fruits	1985
19	Expéditeurs + jus vendus en direct	Nord Drôme	26 ha	Abr/cerises/poires + vignes	1982
20	Coopérative + détaillants régionaux	Nord Drôme	8,5 ha	Cerises/pommes/poire + noix + céréales	1972
23	Coopérative + grossistes, détaillants et IAA régionaux	Nord Ardèche	8 ha	Abricots/cerises + châtaignes	1991

Dans leur diversité, ces exploitations ont en commun d'avoir développé une palette de débouchés pour valoriser au mieux leur production.

a) Stratégies fondées sur la combinaison de plusieurs débouchés

La distinction entre les voies de commercialisation dépend de plusieurs critères : les espèces, les variétés, les qualités des produits. Selon les exploitations, on observe plusieurs degrés d'investissement dans la stratégie de livraison aux détaillants régionaux.

i. Les exploitations dont la vente sur les circuits d'expédition est dominante

Un premier groupe rassemble des exploitations dont la vente sur les circuits d'expédition est dominante. Cela concerne trois exploitations qui n'ont, à priori, aucune ressemblance structurelle entre elles : situées dans trois sous espaces différents, deux sont spécialisées en arboriculture, avec respectivement 35 ha de pêchers, abricotiers et kiwis, et 8 ha d'abricotiers et cerisiers, alors que la troisième cumule 26 ha de vergers (abricots, cerises, poires) et 11 ha de vignes. La première vend 95% de ses volumes à un grossiste situé à Valence, dont les débouchés sont essentiellement les GMS et l'export. Les 5% restant sont livrés aux détaillants locaux, des épiceries. Depuis longtemps, l'exploitation s'est positionnée sur une production de qualité dans l'objectif de se faciliter l'accès aux marchés. Elle produit des kiwis AB et des pêches et abricots certifiés Eurepgap, signes bien reconnus par les circuits d'expédition. En revanche, seul le label AB est valorisant pour les détaillants locaux. Il n'y a pas de différenciation de qualité entre les fruits vendus au grossiste et ceux livrés aux épiceries. En outre, devant la difficulté à valoriser la qualité des pêches dans les circuits GMS et export, ce producteur aimerait développer la vente directe aux consommateurs. Il porte un projet de création d'un magasin collectif de producteurs pour la vallée de l'Eyrieux.

La deuxième exploitation est adhérente à une coopérative pour les cerises et les abricots. Elle en apporte environ deux tiers des volumes à la coopérative, et vend le tiers restant à des petits grossistes drômois, des détaillants et un industriel local, ce qui représente une quinzaine d'interlocuteurs au total. Il n'y a pas de distinction de qualité entre les fruits apportés à la coopérative et ceux vendus directement, mais l'ensemble de la production vise une qualité commerciale haut de gamme (fruits gros, colorés), et est récoltée à maturité. Le tri s'opère par

l'organisation inhérente aux temps de transport pour assurer les livraisons : la récolte de la première partie de la journée est apportée à la coopérative (environ 1h de trajet aller) tandis que la récolte de la fin de journée est stockée pour être calibrée et conditionnée le lendemain sur l'exploitation, essentiellement par des aides familiaux. Seule exception, l'industrie locale, de fabrication de sorbets, exige des fruits d'excellente qualité et mûrs, ce qui nécessite un « affinage » spécifique des abricots, et elle achète également des pêches de vigne. Les aléas climatiques peuvent faire évoluer la proportion de fruits vendus hors de la coopérative, comme en 2007 où un printemps pluvieux a rendu la conservation des cerises très difficile. Les marchés de la coopérative refusant ce type de produit, la majorité des cerises a été vendue aux grossistes et détaillants locaux[277], trop contents de pouvoir se fournir en un produit rendu rare sur les marchés d'expédition classiques.

Enfin, la dernière exploitation vend la quasi-totalité de ses volumes à deux expéditeurs locaux, avec lesquels elle travaille depuis de nombreuses années[278]. Depuis peu, elle fait également fabriquer du jus à façon par un industriel de Savoie, qui est vendu par bouche à oreille aux particuliers. Les associés cherchent en outre à développer de nouvelles formes de commercialisation pour mieux valoriser leurs fruits. Le projet envisagé en 2006 visait la vente de fruits par un système de « dépôt-relais » chez des producteurs partenaires dans les régions françaises non productrices de fruits.

ii. Les exploitations dont la vente aux détaillants régionaux est dominante

Un autre groupe est formé par trois exploitations dont la stratégie commerciale dominante est la livraison à des distributeurs locaux, tandis qu'une petite partie de la production est vendue par les circuits d'expédition. Comme dans le premier groupe, il n'y a pas de ressemblance structurelle entre les exploitations, excepté qu'elles sont toutes trois localisées dans le Nord Drôme. La première exploite 25 ha de noyers et 8,5 ha de cerisiers, pommiers et poiriers en reconversion bio. Les noix sont vendues par les producteurs regroupés dans une OP fédérative, les cerises et les poires sont livrées à une coopérative et les pommes sont vendues directement par l'exploitation auprès des hyper et supermarchés locaux. Il y a donc une segmentation des débouchés commerciaux en fonction des espèces de fruits. La conversion en bio devrait permettre d'ouvrir de nouveaux marchés. Etant donnée l'importante charge de travail que cette organisation nécessite, l'objectif de l'exploitation est de regrouper ses différents circuits de commercialisation. Le projet porterait sur le développement de la vente directe aux consommateurs, valorisant ainsi la croissance périurbaine de l'agglomération romanaise, dans un magasin collectif.

La seconde exploitation compte 20 ha de vergers. Elle s'est spécialisée, depuis 20 ans, dans la production de quelques espèces (abricots, fraises, pommes, cerises) produites dans un objectif de qualité haut de gamme, à la fois commerciale et gustative (sélection des variétés et récolte à maturité). Dans cette stratégie, le producteur a développé un réseau commercial impressionnant : il livre au total 50 détaillants et 30 supermarchés de cinq départements du nord de la région Rhône-Alpes, de Franche-Comté et de Bourgogne[279]. L'autre partie des volumes est vendue à un expéditeur voisin qui travaille essentiellement avec les centrales d'achat de Rhône-Alpes. La distinction entre les deux voies de commercialisation se fait sur la qualité des fruits : ne sont livrés aux détaillants que des fruits de catégorie I, présentés dans des conditionnements spécifiques, « mûr à point » et très frais. Une grande partie des fruits de catégorie II sont transformés en jus (100 000L / an), dont la qualité est également recherchée

[277] Dans ces circuits, où les délais de mise à l'étalage sont extrêmement courts comparés à ceux de la grande distribution et de l'export, le problème d'éclatement des cerises, pourvu qu'elles soient bien triées, n'est guerre limitant, surtout en période de manque d'approvisionnement comme cela a été le cas en 2007.

[278] Ils étaient conventionnés dans une même OP fédérative qui a été dissolue en 2004.

[279] Isère, Rhône, Loire, Soane et Loire et Jura.

et validée par des médailles du concours général agricole. Ces jus sont présentés aux clients comme une vitrine de la production de l'exploitation, et représentent 10% du chiffre d'affaires. L'organisation commerciale de l'exploitation s'est structurée autour de cette double stratégie, avec, d'une part, la création d'une société commerciale pour pouvoir compléter la production de l'exploitation par l'achat à d'autres producteurs locaux. D'autre part, l'exploitation ainsi que les producteurs fournisseurs sont membres d'une OP fédérative, conventionnée avec l'expéditeur privé, par lequel ils écoulent le reste de leur production. L'ensemble des adhérents de l'OP est soumis à un cahier des charges de production assurant une certaine homogénéité de la qualité. La société commerciale de l'exploitation, avec sa propre marque, commercialise 1 500 à 2 000 t. de fruits par an auprès de détaillants régionaux, dont la moitié environ provient de l'exploitation. Du point de vue de l'exploitation, 100% des fraises (10 t.) et des pommes (300 t.), et 30% des cerises (soit 15 t.) et des abricots (soit 90 t.) sont vendus par la société commerciale, le reste est livré à l'expéditeur.

Enfin, la dernière exploitation, très petite avec seulement 6 ha de verger, présente une production certifiée AB relativement diversifiée (abricots, framboises, cassis, kiwis, pommes, poires). La commercialisation est organisée en six débouchés différents, variables en fonction des espèces. Les framboises sont vendues à un grossiste bio drômois qui dessert essentiellement les marchés suisse et allemand. Le cassis et une partie de la poire sont vendus à deux industries de transformation d'Anneyron ayant une petite filière bio. Les kiwis, abricots et le reste de la poire sont livrés hebdomadairement chez une vingtaine de distributeurs rhône-alpins. Enfin, l'ensemble de la gamme est également vendu sur un marché de producteurs hebdomadaire à Lyon, à un revendeur de paniers sur Internet à Lyon, et à une AMAP située à Annonay. Ici, le producteur joue sur deux arguments pour se créer et conserver ses marchés : la certification en AB (reconnue par les détaillants et surtout demandée par les industries locales) et le service fourni par les livraisons régulières de fruits conditionnés, prêts à mettre en rayon.

Ainsi, ce profil rassemble un ensemble d'exploitations et de producteurs différents les uns des autres, mais que l'on qualifierait de « débrouillards », d'inventifs. Les exploitations sont inscrites dans divers réseaux et organisations commerciales, ce qui peut expliquer la réactivité des producteurs. Contrairement au profil précédent, ces producteurs sont moins « pointus » au verger, mais tout aussi passionnés par la production de fruits de qualité à la fois commerciale et gustative - recherche de variétés gustatives et récolte à maturité. Ils préfèrent prendre le risque de perdre une partie de leur récolte plutôt que de récolter trop tôt. Sûrs de leurs produits, ils aiment à les défendre, à démarcher, à négocier avec leurs clients qui sont également des spécialistes, bien que de moins en moins nombreux. Les producteurs sont de véritables producteurs-commerciaux, qui gèrent un portefeuille clients parfois impressionnant. Cette dimension de « défense du produit », de négociation, n'existe pas dans la relation avec les consommateurs.

La valeur ajoutée est donc construite sur la production de fruits de qualité à la fois commerciale et gustative, à laquelle vient parfois s'ajouter une qualité environnementale. Cette qualité est mise en valeur par la vente à des opérateurs d'aval situés à proximité.

b) Proximité producteurs-distributeurs permettant une qualité supplémentaire et un service

Pour les exploitations du type « expédition et vente aux intermédiaires régionaux », la proximité entre les producteurs et les intermédiaires régionaux offre la possibilité aux premiers d'apporter à leurs clients une qualité supplémentaire couplée à un service. La qualification de l'offre est en effet importante pour avoir accès aux distributeurs locaux. Elle

repose sur la fraîcheur, le goût (issu des choix variétaux et d'une récolte à maturité suivie d'une livraison rapide), puis la certification en bio. Le label AB ouvre des marchés nouveaux chez les détaillants locaux : la création d'un rayon de produits bio dans la gamme « Les Sens du Terroir » chez Gamm Vert en est un exemple. Parallèlement, cette qualification est mise en valeur par l'apport d'un service de la part du producteur envers le distributeur : livraisons régulières, conditionnements adaptés aux souhaits du client, réactivité du producteurs en cas de rupture de stock. Cela est rendu possible grâce à la proximité géographique et la relation directe entre le producteur et le distributeur. L'échelle du rayon de livraison de chaque exploitation est d'ailleurs liée aux temps de transports nécessaires. En général, la durée du transport doit permettre de livrer des fruits cueillis le matin même, la veille au plus tard, puis conditionnés dans la foulée.

En ce qui concerne la commercialisation sur les circuits d'expédition, les débouchés majoritaires sont les grossistes et les expéditeurs privés, offrant la flexibilité nécessaire au bon déroulement des stratégies des exploitations. L'adhésion à une organisation collective de vente exigeant un engagement d'apport, comme les coopératives et les OP conventionnées avec un expéditeur, n'est pas toujours facile à concilier avec les ventes sur d'autres débouchés. Certaines exploitations n'engagent leur apport que sur une seule espèce, d'autres sur une partie des volumes lorsque c'est possible. Néanmoins, certaines pratiques de vente en dehors de la coopérative sont illégales au regard de la règle d'apport total.

Par ailleurs, les ressources qualifiantes ne sont presque pas mobilisées dans cette stratégie, excepté les rares cas de référence explicite à la provenance. Dans un cas elle se médiatise par une marque commerciale, « terroir d'Isérine », dans un autre, la provenance « Ardèche » est mobilisée à l'oral par le producteur, au moment de la présentation de ses produits aux grossistes. Cet attribut donné aux fruits reste une donnée interne aux opérateurs d'aval de la filière, et n'est pas communiqué aux consommateurs. La plus-value qui peut en résulter reste essentiellement maîtrisée par l'intermédiaire (distributeur ou grossiste), même si elle est un peu répercutée au producteur lors de la négociation du prix.

La stratégie des exploitations du type 4 est principalement construite sur la valorisation de la proximité avec les opérateurs d'aval de la région, qui requièrent une qualité spécifique des produits et une offre de services dans l'approvisionnement. Elles mobilisent en outre l'organisation commerciale du bassin pour écouler facilement le reste des volumes. Ainsi, la proximité géographique entre les producteurs et les intermédiaires régionaux constitue une ressource organisationnelle dans le cas de l'élaboration d'une offre de qualité spécifiée aux besoins de l'opérateur couplée à un service d'approvisionnement flexible. L'enjeu pour le producteur est d'offrir un produit différent de ceux proposés par les grossistes ou les centrales d'achat, ainsi qu'une réactivité supérieure.

Le temps de travail commercial, de calibrage, de conditionnement et de livraison est souvent absorbé par le producteur lui-même, qui ne compte pas ses heures. La marge commerciale dégagée par la mise en marché d'un produit haut de gamme est alors récupérée par l'exploitation. Le bilan en termes de trésorerie est donc positif. Reste à évaluer la charge de travail supplémentaire. Globalement les producteurs rencontrés acceptent cette charge de travail parce qu'ils trouvent une réelle satisfaction, économique et personnelle, dans la valorisation de leurs produits, tendance que l'on retrouve dans les exploitations du type 5.

3. Type 5 : vente directe dominante, expédition en complément

Le type « vente directe dominante, expédition en complément » regroupe cinq exploitations dont la vente directe aux consommateurs est la stratégie dominante, le reste des volumes de fruits étant écoulé par les circuits d'expédition.

a) Des exploitations petites à moyennes

Les exploitations de ce type (Tableau 27) sont situées dans les quatre sous espaces de la Moyenne Vallée du Rhône. Les producteurs présentent des parcours un peu moins linéaires que ceux des précédents. D'âges variés, s'ils sont tous enfants d'arboriculteurs ou épouse de fils d'arboriculteurs, deux d'entre eux se sont installés après avoir exercé une autre activité professionnelle non agricole, et sur les trois restant, un a suivi une formation supérieure non agricole (BTS commerce). Enfin, ils se sont installés relativement récemment, après 1987[280].

Tableau 27: caractéristiques des exploitations du type 5

N°EA	Pratique de commercialisation	Localisation	Surface verger	Système de production	Date d'instal-lation
1	Vente en magasin individuel + marché de prod.	Sud Ardèche	3 ha	Pêches/cerises	1987
6	Vente en magasin individuel + grossiste	Sud Drôme	13 ha	Pêches/abr/pommes/ poires/cerises/pts fruits + légumes + céréales	1990
10	Vente à la ferme + marchés festifs + transformation	Sud Drôme	4 ha	Pêches/abr/poires/cerise/ pts fruits	1965
18	Marchés hebdo. + marché de prod.	Nord Drôme	11 ha	Poires/pêches/pommes/ cerises + céréales	1992
24	Vente à la ferme + marchés festifs + transformation	Nord Ardèche	2,1 ha	Pêches/abr/pommes/ poires/cerises/pts fruits + légumes	1998

Les structures des exploitations sont comparables. Les vergers sont de taille petite à moyenne (de 2,1 à 13 ha). Deux exploitations sont spécialisées en arboriculture, trois ont une orientation fruits dominante et maraîchage, dont deux cultivent également des céréales (avec 12 ha de maïs pour l'une et 3 ha de blé pour l'autre). Elles présentent un faible niveau de main d'œuvre totale, mobilisant entre 1 et 5,5 UTA[281], et la main d'œuvre familiale occupe une place cruciale, de 1 à 3 UTA. Trois exploitations n'embauchent pas de salarié. Paradoxalement, les cinq exploitations ont un statut d'exploitation individuelle, et seulement un conjoint travaille à plein temps sur l'exploitation, tandis que dans trois cas ils exercent une activité salariée extérieure et dans le dernier cas le chef d'exploitation est célibataire. Pour autant, les conjoints, ainsi que les enfants et/ou les parents, jouent un rôle primordial sur l'exploitation lors des pics de travail, principalement au printemps et en été.

La stratégie de commercialisation dominante de ces exploitations est la vente directe aux consommateurs. Les formes de vente directe sont diverses, et chaque exploitation, tout en privilégiant une pratique, compose avec la gamme des possibles. Ainsi, deux exploitations

[280] A l'exception d'un cas, installé en 1965, les installations sont intervenues en 1987, 1990, 1992 et 1998, la moyenne de l'échantillon étant 1986.

[281] Contre une moyenne de 10,4 UTA sur l'ensemble de l'échantillon

situées au bord d'une route passante ont construit un petit magasin privé. Si la quasi-totalité de la production y est vendue, le surplus est écoulé soit par le marché de production de Pont-de-l'Isère, soit par un grossiste de Caen, spécialisé dans les fruits mûrs. La production au verger est conçue pour approvisionner les magasins durant toute la saison. Dans un cas, elle est spécialisée en pêches, ce qui suppose une gamme étendue de variétés, alors que dans l'autre, une large diversité de fruits et légumes est proposée : on dénombre 10 variétés d'abricots, 23 variétés de pêches, des poires, des pommes, des cerises, des prunes, des petits fruits, 20 variétés de tomates, des aubergines, poivrons, ail, oignons, échalotes, concombres, courges, courgettes et pommes de terre. Un même objectif de qualité est énoncé dans les deux cas : proposer des fruits mûrs, récoltés la veille de la vente. La transformation en jus et confitures (faite faire à façon) reste pour l'instant marginale dans le cas du magasin du Sud Drôme, mais est envisagée plus sérieusement à l'avenir, comme solution pour maintenir une offre toute l'année.

Les trois autres exploitations commercialisent principalement sur les marchés forains, soit sur des marchés hebdomadaires réguliers, soit sur des marchés festifs et foires occasionnelles. Certains travaillent sur les marges de la Moyenne Vallée du Rhône, sur le plateau ardéchois, sur le Vercors, le Diois, ou même jusqu'en Drôme Provençale. D'autres préfèrent aller chercher les marchés plus éloignés et mieux dotés des pays de Savoie. Dans tous les cas, la volonté d'apporter une offre à une population plus ou moins éloignée du bassin de production permet de s'extraire du climat local plus concurrentiel. Une petite partie des volumes est également vendue à la ferme, aux clients habitués des lieux, essentiellement des voisins et connaissances. Pour ces trois exploitations, la transformation constitue un mode de valorisation important. Faite à la ferme ou à façon, en jus, nectars, confitures et même fruits au sirop, elle offre le triple avantage de pouvoir valoriser les fruits peu présentables ou trop mûrs pour la vente, d'élargir la gamme de l'offre proposée ainsi que de la maintenir sur l'année. Ces produits transformés sont également vendus à des détaillants locaux. Pour donner une idée des quantités annuelles, la première exploitation produit 800 L de jus de pommes et 200 L de poire ; la seconde a produit 10 000 pots de confiture en 2005, soit 2,5 t. ; tandis que la dernière a produit 5000 L de jus de dix saveurs différentes, ainsi que des confitures, bocaux, compotes, conserves, etc. Une exploitation livre également des PVC situés en Auvergne, qui ne comptent pas de producteur de fruits dans leurs membres. Il leur apporte ainsi une gamme de fruits, et il n'est pas assujetti au tour d'astreinte dans le magasin[282]. Enfin, les volumes restant sont vendus en gros : à des expéditeurs locaux, sur le marché de production de Pont-de-l'Isère, sur le MIN de Lyon, ou encore, en dernière instance, à des industries locales. Les stratégies de production des trois exploitations visent la constitution d'une gamme variée (diversité d'espèces, de variétés, de produits transformés, en fruits et légumes), étalée dans la saison, et d'une qualité construite sur la maturité des fruits.

b) Equilibre entre des charges minimum et une valorisation optimisée

Le résultat économique des exploitations du type « vente directe dominante, expédition en complément » provient d'un équilibre fragile entre des charges de production maintenues au minimum (peu d'embauche, petites surfaces, intrants limités), visant un rendement moyen de fruits dont la valorisation est optimisée. L'objectif est de ne rien laisser de côté, ne rien perdre de la production. La stratégie consiste donc à adapter les formes de commercialisation en fonction des espèces, des variétés, des qualités. Ainsi, des marchés supplémentaires sont faits pendant la saison des cerises (non stockables) ; durant la saison, les fruits non vendus ou pas

[282] Le fonctionnement des points de vente collectifs (PVC) exige qu'un producteur adhérant assure un temps de permanence hebdomadaire dans le magasin, pour partager le travail de vente et pour garantir aux consommateurs qu'il y a toujours un producteur présent (en plus d'un éventuel salarié).

jolis sont transformés pour en tirer un meilleur prix que s'ils étaient livrés à l'industrie ; les espèces porteuses sur le marché d'expédition sont vendues à des grossistes spécialistes (cas du Bergeron ou de la poire de Moras) ; etc.

La constitution d'une offre extrêmement diversifiée présente des avantages commerciaux et organisationnels pour l'exploitation. Cela permet en effet d'offrir une véritable gamme aux clients, sur une saison étendue. Pour l'exploitation, les charges de travail sont étalées, et les risques climatiques et économiques sont répartis. Par ailleurs, aucune des exploitations ne produit sous cahier des charges. La qualité visée est celle plébiscitée par les consommateurs clients, demandeurs de fruits cueillis mûrs, frais et bons. Les producteurs de ce profil sont convaincus que la maturité est fondamentale. C'est leur argument de différenciation d'avec l'ensemble des autres revendeurs de fruits, et de certains autres producteurs qui, d'après eux, récoltent les fruits trop tôt. La qualité environnementale des pratiques de production est également présente dans les discours, souvent associée à la qualité gustative des fruits[283]. En revanche, aucune exploitation n'est certifiée AB. Les producteurs n'y voient pas d'intérêt, parce que c'est une norme de production rigide et risquée pour les années de climat difficile, et parce qu'ils sont assurés de la confiance que leur portent leurs clients. Ils préfèrent pouvoir adapter leurs pratiques de production, comme traiter davantage si l'année est pluvieuse, et s'en expliquer à leurs clients.

Enfin, l'importance de la main d'œuvre familiale, souple et peu onéreuse, constitue le dernier élément expliquant le résultat économique de ces exploitations. Si trois des conjoints exercent un emploi salarié à l'extérieur de l'exploitation, ils interviennent également sur l'exploitation pour les gros travaux (récolte, éclaircissage). Ce sont aussi fréquemment les conjoints, parents et enfants d'exploitant qui assurent la vente. Les producteurs expriment en effet leur difficulté à déléguer ces tâches clés, la récolte et la vente, à des personnes extérieures à la famille. Il s'agit de savoir ramasser les fruits les plus mûrs, d'être délicat, de les conditionner soigneusement. La vente nécessite d'être expert, de connaître les variétés, de pouvoir conseiller et répondre aux consommateurs, et évidemment, d'être honnête dans la tenue de la caisse (qui n'est pas automatisée). Par ailleurs, les producteurs déclarent que leurs consommateurs demandent à voir directement le producteur, ou un membre de la famille : « *si on leur dit que c'est notre fille ou le frère ça va, mais pas un employé !* »[284]. En termes économiques, cette charge de travail est importante relativement au résultat obtenu, mais elle est acceptée par les producteurs, qui apprécient les avantages liées à la vente directe : l'autonomie de l'exploitant, la satisfaction trouvée dans la relation avec les clients, la souplesse de gestion permise par l'entrée régulière de trésorerie.

c) Complémentarité avec les circuits d'expédition locaux pour écouler le surplus

La vente directe, quelle que soit sa forme, ne suffit pas à écouler la totalité des fruits produits par les cinq exploitations. Le volume du surplus restant varie annuellement et quotidiennement, selon le rendement de la production et les ventes réalisées. Or, les producteurs n'ont pas de réseaux commerciaux stables, du fait de la variabilité et de la diversité de leurs produits, et du peu de temps qu'ils ont à consacrer aux relations commerciales. La diversité des circuits d'expédition locaux offre ainsi une solution souple et peu contraignante pour eux.

Certains circuits d'expédition apparaissent mieux adaptés que d'autres aux besoins de ces exploitations. C'est le cas du marché de production de Pont-de-l'Isère, qui est fréquenté par

[283] La représentation selon laquelle les fruits peu traités sont meilleurs est bien ancrée chez certains producteurs et consommateurs.

[284] Producteur, enquête personnelle 2006.

deux exploitants de ce profil[285]. Le marché offre au producteur, déjà très occupé par son magasin ou ses marchés de détail, une voie de commercialisation connue, souple d'utilisation et relativement satisfaisante économiquement. Sans besoin d'apprentissage particulier de la part du producteur (les règles de fonctionnement sont établies depuis deux générations), ni de préparation d'une offre spécifique, le marché permet ainsi de maîtriser la vente dans un temps minimum. Il en est autrement pour la vente par les expéditeurs ou les industriels locaux. En effet, leur apporter une production de qualité et de quantité variables ne permet ni l'établissement d'une relation de confiance, ni l'élaboration d'une offre correspondant aux créneaux porteurs du marché d'expédition. Le résultat se traduit généralement par l'obtention de prix très faibles[286], parfois en PAV[287]. Certains producteurs renoncent même à récolter, découragés par les prix obtenus les années précédentes.

Les prix payés par un expéditeur et par un acheteur du marché sont-ils si différents ? Est-ce le seul élément expliquant la relative satisfaction des producteurs fréquentant le marché ? Plusieurs éléments expliquent ce constat. D'une part, la satisfaction des producteurs vendeurs sur le marché de production est liée au sentiment de maîtriser leurs prix de vente. Le fait de pouvoir « *défendre son produit* », négocier avec l'acheteur, et décider en dernière instance de vendre ou non facilite l'acceptation du prix. Par ailleurs, se rendre au marché permet une meilleure connaissance de la réalité des cours du jour. A l'inverse, livrer des fruits sans savoir le prix, sans possibilité de négociation, est plus difficile à accepter pour ces producteurs épris d'indépendance et d'autonomie.

D'autre part, l'offre de fruits issus du surplus de la vente directe est mieux adaptée en quantité et en qualité à la demande du marché de production de Pont-de-l'Isère qu'à celle des expéditeurs. Ce surplus est en effet constitué de lots de volumes moyens d'une gamme de fruits cueillis mûrs : « *Moi je vais tomber sur le petit détaillant qui fait le marché de Bourg-lès-Valence ou à côté le lendemain matin quoi. Donc il a besoin pour son petit marché de 15 ou 16 plateaux de fraises, donc là on arrive à se mettre d'accord.* »[288]. Sauf exception[289], les expéditeurs ont, au contraire, besoin de volumes importants de fruits capables de supporter quatre ou cinq jours de délai avant d'être vendus au détail. Enfin, dans le cas de la vente aux transformateurs, les fruits sont payés au même prix que ceux importés du monde entier, dont ils ne se différencient ni par la qualité (sans certification), ni par la régularité d'apport.

La stratégie du type « vente directe dominante, expédition en complément » repose sur un optimum entre des charges de production minimisées (main d'œuvre familiale) et la valorisation maximale de toute une gamme de production adaptée à la qualité demandée par les consommateurs (maturité, goût). Si la vente directe demeure la stratégie dominante, la vente du surplus peut être vendue sur le marché de production de Pont-de-l'Isère. Les autres circuits d'expédition sont en revanche peu adaptés pour valoriser ce surplus.

[285] Il est d'ailleurs intéressant de noter que sur les 25 exploitations enquêtées, les deux seules qui mentionnent ce débouché sont celles dont la stratégie dominante est la vente directe aux consommateurs.

[286] Par exemple, une distillerie de la vallée achète la poire entre 0,10 et 0,16€/kg. En 2004, suite à la grêle, des abricots Bergeron vendus en PAV via un expéditeur de la vallée ont été payés 0,15€/kg au producteur.

[287] Prix après vente. Cela signifie que le producteur livre sa marchandise à l'expéditeur et que le prix qui lui est payé ne sera fixé qu'une fois la vente réalisée par le metteur en marché. De ce prix de vente, les charges de l'expéditeur sont déduites, ce qui peut conduire à un résultat très faible pour le producteur.

[288] Producteur qui vend sur le marché de Pont de l'Isère, enquête personnelle 2006.

[289] Un producteur de ce profil souligne d'ailleurs qu'il travaille avec un grossiste « *qui accepte et valorise les fruits mûrs, ce qui est rare aujourd'hui* » *[enquête personnelle 2006]*.

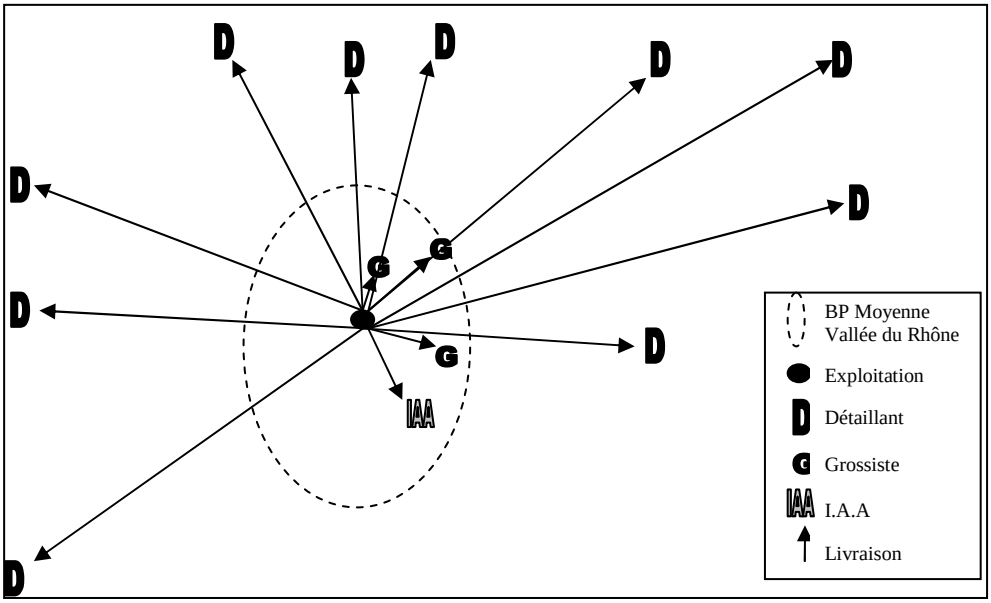
4. La complémentarité des circuits d'expédition et des circuits régionaux, une ressource à quelles conditions ?

Les stratégies des types 3, 4 et 5 commercialisent à la fois par les circuits d'expédition et par une diversité d'opérateurs d'aval de la filière, à l'échelle régionale. Ces stratégies valorisent ainsi les complémentarités existantes entre les circuits d'expédition et les circuits régionaux, mais demeurent contraintes par les tensions idéologiques et réglementaires qui les opposent.

Si la multiplicité des débouchés présents dans la Moyenne Vallée du Rhône permet d'élaborer autant de stratégies de valorisation qu'il y a d'exploitations différentes, toutes reposent néanmoins sur le même principe : les qualités rémunérées par les circuits d'expédition et ne sont pas les mêmes que celles valorisées par les circuits régionaux. Les premiers nécessitent une offre de volumes homogènes, normés, qui dure toute la saison. Les seconds réclament une gamme de fruits divers, de volumes beaucoup moins importants, les plus frais et les plus mûrs possibles. Au regard de la production d'une exploitation, diversifiée et de qualité variable, ces deux types de circuits constituent en définitive des débouchés complémentaires. C'est cette complémentarité qui fait ressource pour les exploitations, leur permettant d'orienter leurs différents lots de fruits vers les débouchés offrant la meilleure valorisation.

L'enjeu pour les producteurs est donc de s'organiser pour proposer aux opérateurs du marché régional une qualité différente de celle que l'on trouve sur les circuits d'expédition. Cette différenciation est permise par la proximité géographique entre les exploitations et ces opérateurs. Pour la vente aux détaillants ou aux transformateurs régionaux, la proximité permet de proposer des fruits plus mûrs, plus frais, et surtout un service de livraison réactif (Figure 25). Pour la vente directe aux consommateurs, la proximité recouvre en outre une dimension relationnelle importante, de confiance. Ainsi, sur le marché régional, ces modes de distinction ne font presque pas appel aux ressources différenciatives pour qualifier la production. L'ancrage territorial est donc ici réel bien qu'invisible, puisque de nature organisationnelle.

Figure 25: Vente aux opérateurs d'aval régionaux : ancrage organisationnel fondé sur la proximité de débouchés complémentaires

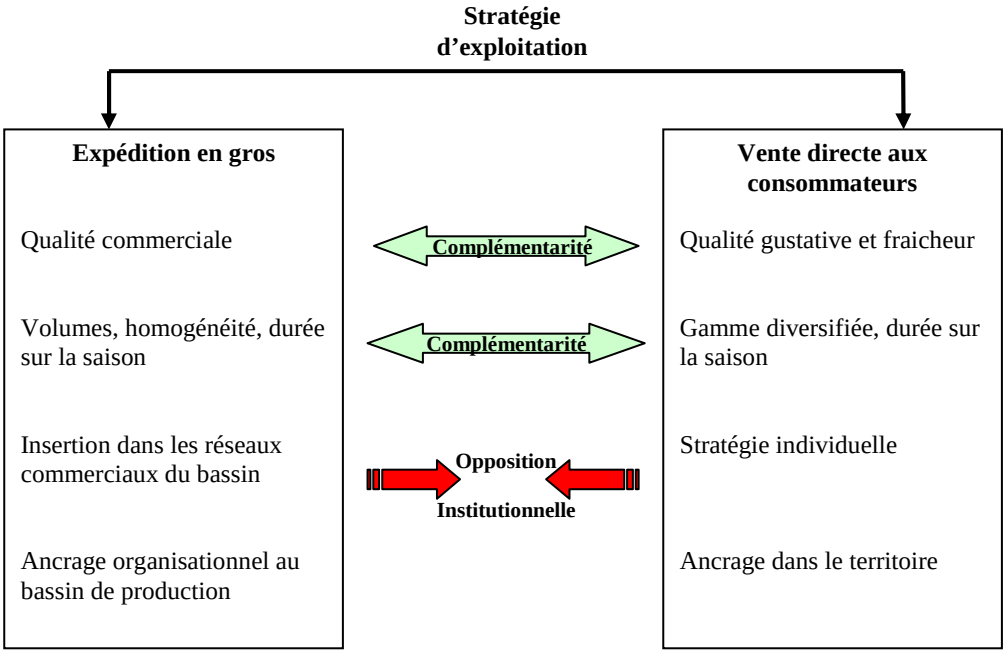


Réalisation C. Praly

Néanmoins, des limites demeurent quant à la complémentarité idéologique et réglementaire des circuits d'expédition et des circuits régionaux. Le bassin de production-expédition ayant été structuré et institutionnalisé selon une logique de regroupement des volumes par les OP, la combinaison de plusieurs débouchés par les exploitations n'est pas toujours bien acceptée par les représentants de ce modèle. En particulier, la règle d'apport total du système coopératif, ainsi que certaines conventions liant des expéditeurs privés à des OP fédératives, exigent une livraison de la totalité des volumes des exploitations.

Certaines exploitations passent outre ces impératifs réglementaires afin de pouvoir mieux valoriser une partie de leur production. Elles se trouvent en situation d' « équilibre instable » entre la logique de structuration de l'expédition du bassin et celle de valorisation de la proximité des débouchés (Figure 26). Il y a « équilibre » en ce qui concerne la logique productive et économique, puisqu'il y a complémentarité entre les qualités vendues pour l'expédition et celles vendues pour les consommateurs locaux. Mais cet équilibre est « instable » parce qu'il y a opposition entre la volonté d'organisation et d'homogénéisation portée par le système d'encadrement du bassin de production et la stratégie individuelle et de différenciation développée par les exploitations pour le marché régional (vente directe, livraison aux détaillants).

Figure 26: « équilibre instable » entre circuits d'expédition et circuits régionaux



Réalisation C. Praly

Le cadre de la « tolérance » accordée par les coopératives pour que les exploitations puissent valoriser les fruits qui, sinon, auraient été trop mûrs pour l'expédition, est ici largement dépassé. Il s'agit désormais pour les exploitations d'un enjeu de maintien du revenu : l'adaptation des pratiques pour l'élaboration d'une offre différenciée et spécifique de la demande du marché régional en témoigne. Mais la situation informelle entretenue par la réglementation de la coopération rend difficile d'évaluer les volumes commercialisés « en dehors » des coopératives. Il est encore plus délicat d'estimer si ces volumes font réellement défaut aux opérateurs de l'expédition puisque ces volumes sont minimes en comparaison de ceux livrés en gros, et que leur qualité ne correspond pas aux meilleurs standards commerciaux. Quelles sont les pertes réelles pour les stations ? Sur ce point précis, nous avons interrogé deux directeurs de coopératives concernées par la vente « en dehors »[290]. Leurs réponses sont contradictoires. Le premier affirme que cette question ne se pose pas pour sa structure. Selon lui, les producteurs n'ont pas besoin de passer du temps à vendre hors de la coopérative car les prix pratiqués leur suffisent. S'il y a « *des fuites* », elles sont minimes, ne concernent que des « *petits producteurs* » et ne menacent en rien l'approvisionnement de la coopérative. En revanche, le second directeur reconnaît, sinon la croissance des pratiques de vente en dehors de la coopérative, du moins l'attrait qu'elles représentent actuellement pour ses adhérents. Il déclare que si aujourd'hui, ces ventes en dehors ne pèsent guère sur le fonctionnement de sa structure, elles ne représentent pas moins un souci face à l'enjeu de maintien des volumes traités par la station. Il concède ne pas savoir quelle meilleure solution commerciale proposer à ses coopérateurs.

Ces deux postures opposées témoignent de la difficulté, pour les dirigeants, de trouver des réponses à la situation actuelle. Les coopératives ne peuvent pas prendre le risque de perdre

[290] Nous avons rencontré plusieurs coopérateurs membres de celles-ci et pratiquant des ventes sur le marché régional, dans des proportions certes minimes en termes de volumes, mais essentielles en termes de chiffre d'affaires pour leurs exploitations.

leurs apporteurs, surtout lorsqu'ils sont parmi les plus gros. Elles ne prennent donc pas de sanction contre ceux qui s'arrangent avec la « tolérance » à l'apport total. En conséquence, c'est le *statut quo* qui est adopté : les pratiques « en dehors » sont tolérées, mais officiellement ignorées. Le contexte d'informel et d'interdit limite ainsi leur développement, d'abord sur un plan moral : non seulement les producteurs eux-mêmes se sentent mal à l'aise, mais il n'est pas rare que des délations interviennent de la part d'autres coopérateurs. Ensuite, sur un plan administratif, cela empêche toute formalisation de projet de développement de la vente directe pour une exploitation : accès aux projets collectifs, aux aides financières des collectivités territoriales ainsi qu'au soutien des OPA.

Pour conclure la présentation de la typologie, un tableau de synthèse des cinq profil-types de stratégie de valorisation des exploitations est proposé, rappelant leurs principaux déterminants (Tableau 28).

Tableau 28: Les 5 profil-types des stratégies de valorisation des exploitations

Profils types / Carac -téristiques	Délégation totale de la mise en marché (5)	Expédition nationale/export (4)	Expédition et VD en complément (5)	Expédition et vente aux intermédiaires régionaux(6)	VD dominante, expédition en complément(5)
L'exploitation agricole	Installation avant 1993. Verger moyen à grand (10 à + 30 ha). Peu de MO familiale (1 UTA).	Verger grand à très grand. Sociétés familiales de production-expédition MO familiale importante : 3 à 5 associés.	Grande taille de verger (+30 ha). EA à 2 UTA familiales Formation pointue des producteurs.	Installation avant 1992 Tailles et productions très disparates.	Installation après 1987. Parcours du producteur moins linéaire. Verger petit à moyen (< 13 ha). Peu de MO, bcp familiale.
Stratégie de production	2 cas : - En coop : production de volumes de qualité normée (FQC, EurepGap). - Pour expéditeur : spécialisation sur une espèce de qualité haut de gamme adaptée au terroir (poire, Bergeron).	2 cas : - Production de volumes, diminution charges et étalement saison par délocalisation. - Différenciation par SIQO (AB/LR) ou par terroir, rendements moyens.	Pour expédition de masse : production de volumes de qualité normée (PFI, FQC, EurepGap). Pour la VD, 2 stratégies : - « écarts de tri » : vente des fruits mûrs et catégories II. - Elaboration d'une offre spécifique : récolte à maturité, gamme.	Elaboration d'une offre de qualité construite sur : - Le goût : variété et récolte à maturité. - La fraîcheur (délais de livraison courts). - Certification AB pour accès aux IAA et certains détaillants.	Elaboration d'une gamme diversifiée et étalée sur la saison. Importance de la maturité et de la fraîcheur. Stratégie de transformation (jus, confitures, etc.). Pas de certification.
Stratégie commerciale	Division des tâches entre la production et la 1ère mise en marché dans une même stratégie de qualité. Interdépendance forte entre les deux opérateurs.	2 manières d'amortir les charges commerciales : - Création d'une SARL et rachat de production pour augmenter les volumes. - Adhésion à une union commerciale pour élargir les débouchés.	Une part du travail commercial est déléguée (à la coop, à un bureau de vente). La MO familiale peut s'occuper de la VD. Communication aux conso sur l'origine du « producteur ».	Orientations entre les voies de commercialisation selon : organisation du travail ; espèces ; qualités. Apport d'un service : livraison, réactivité, conditionnement.	VD : mise en avant « du producteur », de la maturité, de faibles traitements. Relation de confiance du client. Surplus : vendus en gros grâce à la souplesse des circuits locaux (marché de production, expéditeurs…).
Construction du résultat économique	Au verger : le producteur se consacre à la maitrise technico-économique.	Marge de la 1ère mise en marché maintenue par adéquation entre stratégie de mutualisation des charges commerciales pour une qualité donnée.	Valorisation de la variabilité de la qualité des fruits par la complémentarité des 2 circuits : qualité commerciale *vs* qualité consommateurs.	Stratégie qualité commerciale + goût + service permise par une échelle de livraison régionale. Temps de travail assuré par le producteur.	Tout est valorisé : par la diversité des lieux de vente, la transformation, les circuits de gros. Absorption de la charge de travail par une MO familiale spécialiste.
Caractéristiques structurantes	Faible besoin de MO. Liens forts avec le metteur en marché. Objectif de performance du verger : volumes ou qualité spécifique.	Sociétés à capitaux importants, Grands vergers. Rôle crucial du regroupement de volumes sous une même organisation commerciale.	Faible implication dans la commercialisation de masse. MOfamiliale dispo pour VD. Faible investissement pour VD.	Fort investissement commercial. Qualité haut de gamme à la fois commerciale et pour le consommateur.	EA petites et très diversifiées (fruits & leg). MO familiale disponible. Qualité gustative pour fidéliser les clients. Besoin de circuits « trop plein » adaptés à leur offre de surplus (marché de prod).

En réponse à la nouvelle situation économique, les exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône se saisissent des opportunités locales pour mieux valoriser leurs produits. Ces opportunités sont essentiellement des ressources organisationnelles offertes par la proximité entre la production et les différents opérateurs d'aval du bassin, qui donnent accès à des marchés valorisant diverses qualités de fruits. Les ressources organisationnelles peuvent être combinées avec des ressources différenciatives pour qualifier la production. Leur nature précise dépend de l'échelle du circuit de distribution visé par le producteur.

Cela se traduit par l'élaboration de véritables stratégies de valorisation à l'échelle des exploitations, qui mettent en cohérence des pratiques de production et de commercialisation. Cinq profil-types de stratégie ont pu être identifiés et décrits, selon la manière dont l'équilibre économique est atteint.

Chapitre 5 : L'évolution des pratiques de commercialisation, entre relocalisation et territorialisation des circuits de vente

Si l'analyse synchronique des stratégies des 25 exploitations montre les complémentarités et les oppositions fonctionnelles entre les différents circuits de commercialisation, leur analyse diachronique permet d'interroger leur évolution. Cette diversité des pratiques a-t-elle toujours existé ? Les résultats exposés dans une première partie de ce chapitre montrent que non. De nouvelles pratiques de commercialisation se développent au sein des exploitations, s'ajoutant aux formes traditionnelles d'expédition, pour rechercher plus de valeur ajoutée. Ceci nous conduit à interroger de manière plus approfondie ce que sont ces pratiques nouvelles, ou en recrudescence, ainsi que ce qu'elles signifient pour le bassin de production.

Nous procéderons par éclairages thématiques, résultats d'enquêtes ciblées. Ainsi, la seconde partie aborde la question des charges et des résultats inhérents à différentes pratiques de commercialisation. L'analyse économique d'une exploitation qui vend à la fois sur des circuits régionaux et d'expédition permet une comparaison de ces différents débouchés.

Ensuite, la troisième partie approfondit l'analyse de la vente directe, pratique en forte évolution et la plus favorable à la valorisation de ressources territoriales. Il nous a semblé important de mesurer plus précisément ce phénomène : est-ce un simple effet conjoncturel lié à la crise ou une tendance de fond modifiant le fonctionnement du bassin de production ? Ainsi, les données issues de l'enquête systématique de 2006 ont été enrichies par deux enquêtes thématiques conduites en 2007 : 15 stands de vente de fruits de bord de route ont été enquêtés en pleine saison, puis 19 producteurs pratiquant la vente directe ont été interrogés l'hiver suivant[291]. Les résultats de ces enquêtes sont incorporés à ceux issus de 2006 : au total, l'analyse menée dans cette troisième partie porte donc sur 31 exploitations pratiquant la vente directe.

[291] Une partie d'entre eux étaient les producteurs identifiés sur les stands de bord de route, l'autre partie a été identifiée via les réseaux de vente directe (« Bienvenue à la Ferme », « Accueil Paysan », « De Ferme en Ferme »), les annuaires des collectivités territoriales et le bouche-à-oreille.

I. L'évolution des pratiques de commercialisation au sein des exploitations

Entre le début des années 1980 et 2006, le nombre de pratiques de commercialisation a fortement augmenté. Aux débouchés traditionnels du système d'expédition que sont les coopératives et expéditeurs privés, s'est ajoutée toute une gamme d'autres pratiques.

1. Une diversification des pratiques de commercialisation

Il est difficile de saisir l'évolution des pratiques de commercialisation dans le temps, surtout lorsque celles-ci ne laissent aucune trace écrite. L'observation participante mise en place durant la période des récoltes n'étant applicable qu'au présent, il est impossible de décrire les pratiques passées aussi bien que les actuelles. Néanmoins, nous nous sommes attachée à toujours questionner les producteurs sur leurs pratiques de commercialisation antérieures, correspondant au début des années 1980. Les réponses peuvent être considérées comme fiables puisque dans 13 cas le producteur était déjà installé à cette période, et dans 12 cas c'était les parents qui exploitaient. En revanche, le détail des petites formes de commercialisation « accessoires », « satellites », qui peut être saisi sur le terrain n'est pas évident à faire émerger dans le discours sur le passé. Ce n'est qu'en confrontant la pratique actuelle, en questionnant « *et depuis combien temps ?* », « *cela existait-il avant ?* », que l'on peut avoir une idée un peu plus claire de l'évolution réelle des pratiques. Ainsi, en toute rigueur, il convient de considérer l'écart entre les résultats déclarés pour 1980 et ceux observés en 2006 de manière atténuée. Il n'en demeure pas moins que la différence entre les deux périodes est si flagrante qu'elle peut être considérée comme significative.

Dans le tableau ci-dessous (Tableau 29), les différentes pratiques de commercialisation citées par les exploitations ont été classées en lignes, selon un gradient qui intègre le degré d'internalisation de la marge commerciale sur l'exploitation et l'échelle du circuit de commercialisation. Ainsi, les pratiques situées en bas du tableau sont celles qui correspondent à la délégation totale du travail de conditionnement et de première mise en marché, pour une expédition nationale et à l'export. Au niveau intermédiaire se trouvent les pratiques pour lesquelles l'exploitation maîtrise au moins la première mise en marché, mais toujours pour une expédition nationale et à l'export. Enfin, les pratiques du haut du tableau correspondent à des formes de commercialisation maîtrisées par le producteur et pour des circuits locaux et régionaux.

Tableau 29: Pratiques de commercialisation des exploitations en 1980 et 2006

Pratiques de commercialisation citées	Nombre d'exploitations concernées	
	1980	2006
AMAP		2
Transformation pour VD		7
Magasin collectif de producteurs		
Magasin de VD		3
VD à la ferme ou s/ route	3	7
Marché forain en MVR		7
Transformateurs locaux		4
Transformation pour distributeurs locaux		3
Détaillants régionaux	2	4
VD extérieure à MVR		2
Marché de production local		2
MIN Lyon	1	1
Transformateurs nationaux	1	
Expédition nationale/export	6	8
Apport conditionné à grossiste	2	5
Apport brut à expéditeur	8	5
Apport brut à coopérative	9	7
TOTAL	**8 pratiques citées**	**15 pratiques citées**

Sources : enquêtes personnelles, 2006.

Une exploitation peut exercer plusieurs pratiques de commercialisation différentes, c'est pourquoi nous avons mentionné le nombre d'exploitations concernées par chaque type de pratique. La somme de chaque colonne est ainsi supérieure à 25. Mais ce qui nous intéresse dans un premier temps est de comparer, à l'échelle de l'ensemble du bassin de production, l'augmentation du nombre de pratiques différentes citées par les exploitations. En effet, sur l'ensemble des 25 exploitations enquêtées, seules huit pratiques de commercialisation différentes sont citées dans le début des années 1980, contre 15 en 2006. Cela montre une diversification des pratiques de commercialisation au sein du bassin.

L'évolution de la nature des pratiques apparaît clairement. Durant les années 1980, les débouchés relevant de l'expédition par délégation du travail de conditionnement et de commercialisation sont largement dominants, avec 17 exploitations concernées. Viennent ensuite les débouchés d'expédition dans lesquels les exploitations conditionnent et commercialisent elles-mêmes, qui concernent dix exploitations. Par ailleurs, si la vente directe à la ferme est citée par trois exploitations, c'est toujours en complément d'une pratique d'expédition : apport à une coopérative pour deux d'entre elles et apport à un expéditeur pour la troisième.

En revanche, en 2006, les proportions sont inversées, mais plus équilibrées. Les pratiques de commercialisation par délégation totale ne concernent plus que 11 exploitations, alors que celles maîtrisées par le producteur et inscrites dans un marché régional en concernent 16. Enfin, les pratiques de commercialisation maîtrisées par le producteur mais pour l'expédition concernent 15 exploitations. Ainsi, les pratiques ajoutées relèvent quasi exclusivement de formes de commercialisation permettant d'internaliser les marges commerciales de l'aval sur l'exploitation. Cela concerne d'abord la marge de la première mise en marché[292] (13 pratiques déclarées en 1980 contre 26 en 2006), mais surtout celle de la seconde mise en marché (3 pratiques déclarées en 1980 contre 24 en 2006).

Enfin, la majorité des pratiques sont conçues par rapport à la valorisation du produit frais. Cependant, le recours à la transformation en jus semble une tendance en développement, puisqu'il concerne neuf exploitations en 2006, soit pour la vente directe aux consommateurs (7 citations), soit pour vendre aux distributeurs locaux (3 citations).

Sur les 25 exploitations enquêtées, il y a donc une nette diversification des pratiques de commercialisation. Cela tient d'une augmentation du nombre de pratique par exploitation (Tableau 30). En effet, si au début des années 1980, une exploitation exerçait en moyenne 1,3 pratiques de commercialisation, elle en exerce 2,5 en 2006. A cette date, quatre exploitations citent plus de quatre pratiques différentes de commercialisation, et l'une d'elle en dénombre même jusqu'à sept.

Tableau 30: Evolution du nombre de pratiques par exploitation entre 1980 et 2006

	Nombre d'exploitations concernées	
Nombre de débouchés cités :	**1980**	**2006**
Un	17	8
Deux	7	5
Trois		8
Quatre et plus		4
TOTAL	**24**	**25**

Sources : enquêtes personnelles, 2006

Même si les chiffres doivent être considérés avec précaution[293], on peut dire que sur la période étudiée les exploitations de l'échantillon ont démultiplié leurs débouchés commerciaux. Cela tient au développement de pratiques de commercialisation permettant d'internaliser les marges de première et de seconde mise en marché sur l'exploitation, essentiellement pour les fruits frais.

[292] Les pratiques relevant de la première mise en marché sont celles qui ont lieu entre un producteur et un intermédiaire de la filière (grossiste, transformateur, distributeur). Les pratiques relevant de la seconde mise en marché sont celles qui ont lieu directement entre le producteur et le consommateur.

[293] Le discours lors de l'entretien peut « oublier », consciemment ou non, de citer des formes de commercialisation qui, d'autant plus à l'époque des années 80, étaient déconsidérées, jugées archaïques, et souvent non déclarées. La facilité de description offerte par la réponse « apport total à la coopérative » peut être tentante dans un premier temps pour le producteur, mais l'enquêteur aura su approfondir et revenir suffisamment sur le thème pour limiter cet écueil.

2. Recherche de valeur ajoutée et désengagement du modèle d'expédition

Au-delà des chiffres, il s'agit de comprendre comment s'effectue l'évolution, quelles pratiques succèdent aux autres. Aussi, la représentation schématique proposée (Figure 27. 28 et 29) permet de visualiser les parcours des exploitations entre le début des années 1980 et 2006. Chaque exploitation fruitière est repérée par un numéro et par une couleur. Sur le plan visuel, les parcours d'exploitations qui « montent » dans la grille représentent donc l'évolution des pratiques vers, d'une part, l'internalisation de la marge commerciale sur l'exploitation, et d'autre part, des formes de commercialisation plus diversifiées et d'échelle plus régionale. Un schéma de ce type représentant les 25 exploitations enquêtées aurait été illisible, nous les avons donc réalisés par sous espace (l'Eyrieux et le Sud Drôme, relativement semblables, ont été regroupés), ce qui permet en outre de révéler des évolutions nuancées selon les sous espaces.

Dans les trois sous-espaces, les pratiques dominantes au début des années 1980 relèvent de la délégation totale de la mise en marché, et, dans le cas du Sud-Drôme et Eyrieux, de l'expédition depuis l'exploitation.

Dans ce premier sous-espace (Figure 27), la logique qui se dégage de l'évolution est la reprise de la maîtrise de la commercialisation par les exploitations. En effet, sur la période observée il y a abandon des pratiques de délégation de la première mise en marché (de 5 citations il n'en reste plus qu'1) et consolidation des pratiques où l'exploitation maîtrise la commercialisation (de 8 citations à 22). Toutes les exploitations qui assuraient déjà la première mise en marché (livraison conditionnée à un grossiste, expédition nationale et régionale) ont continué à le faire, et la moitié d'entre elles ont, en outre, développé une commercialisation au détail à la ferme ou en créant un magasin. Notons par ailleurs que les deux exploitations qui travaillaient directement avec un grossiste n'ont pas du tout modifié leurs pratiques de commercialisation.

Le Nord-Drôme est le sous-espace où la diversification des pratiques de commercialisation est la plus importante. On passe de 14 pratiques de commercialisation différentes dans le début des années 1980, à 29 en 2006 (Figure 28). Cela représente en moyenne presque trois pratiques par exploitation. A l'instar de l'évolution observée dans le Sud Drôme, il y a une nette consolidation des stratégies de maîtrise de la commercialisation (de 6 citations à 22), ainsi qu'un développement, pour ne pas dire une « explosion », des formes de commercialisation à échelle régionale (de 2 citations à 15). En revanche, dans ce sous espace, les stratégies de délégation de la première mise en marché ne diminuent que très faiblement (de 8 citations à 7). Ainsi, la diversification des formes de commercialisation se traduit au sein des exploitations par le déploiement de nouvelles pratiques, développées en plus de celles existantes. Il n'y a pas eu création de magasin privé, contrairement à ce qui est observé dans le Sud Drôme. Cela peut être lié au fait que la majorité de ces nouvelles pratiques soit des « ajouts » sur des exploitations qui sont déjà engagées soit dans une coopérative, soit avec un expéditeur privé (dans le cadre d'une OP). Ces exploitations se trouvent d'ailleurs aujourd'hui dans une situation « limite » vis-à-vis de la règle d'apport total aux coopératives[294].

[294] Légalement, tout adhérent d'une coopérative est tenu d'apporter la totalité de sa production à celle-ci. En retour, la coopérative accepte la totalité des volumes livrés. Dans le bassin fruitier de la Moyenne Vallée du Rhône, il est d'usage de dire qu'une « tolérance » est accordée aux producteurs qui vendent un peu à la ferme en direct. L'idée est qu'ils puissent ainsi valoriser les fruits les plus mûrs, mais les volumes concernés doivent rester minimes. Cette « tolérance » n'est pas formalisée dans les statuts des coopératives, personne n'est capable de dire quels volumes ne doivent pas être dépassés.

Figure 27: Evolution des stratégies de commercialisation des exploitations de l'Eyrieux et du Sud Drôme (10 EA)

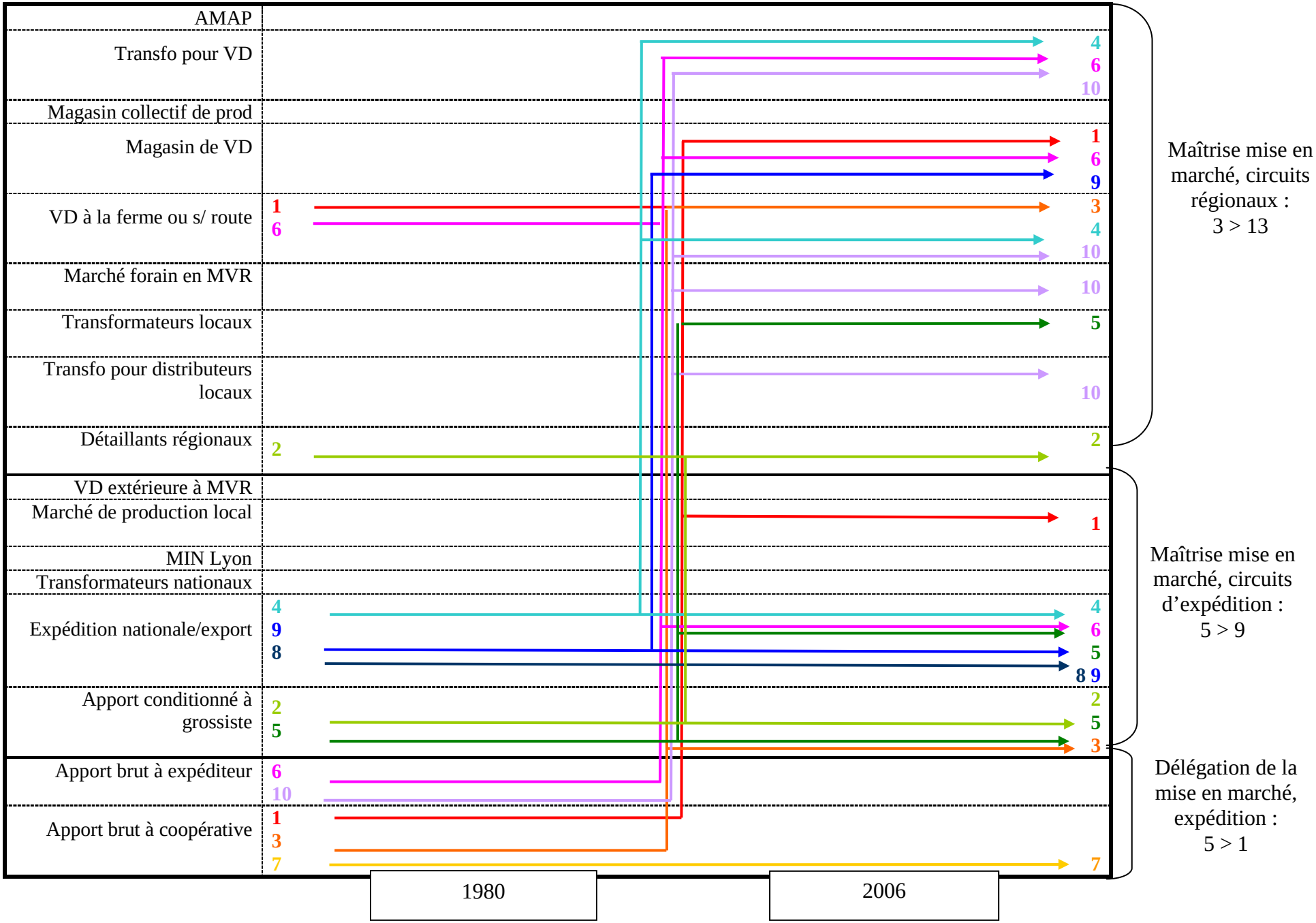


Figure 28: Evolution des stratégies de commercialisation des exploitations du Nord Drôme (10 EA)

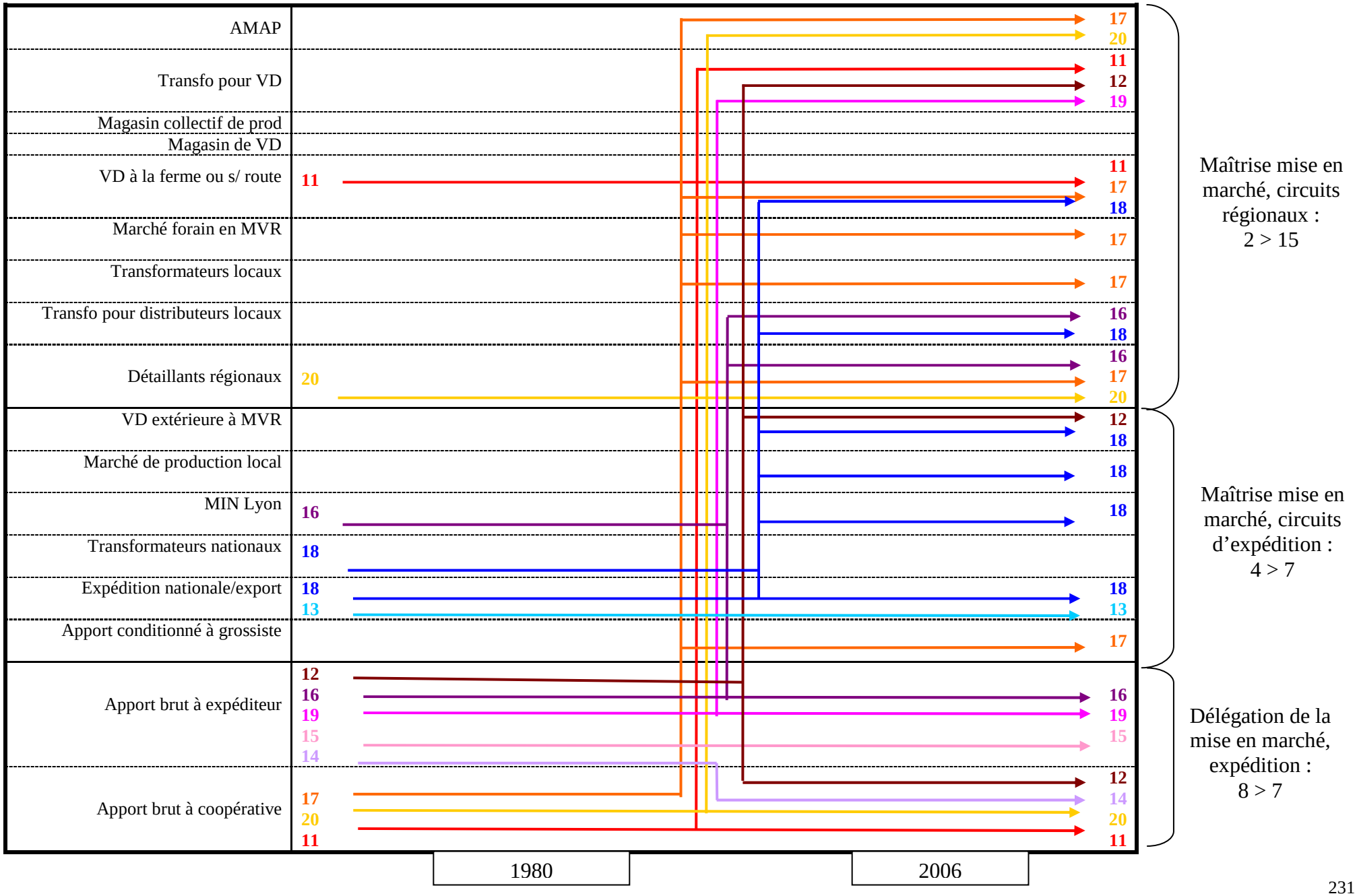
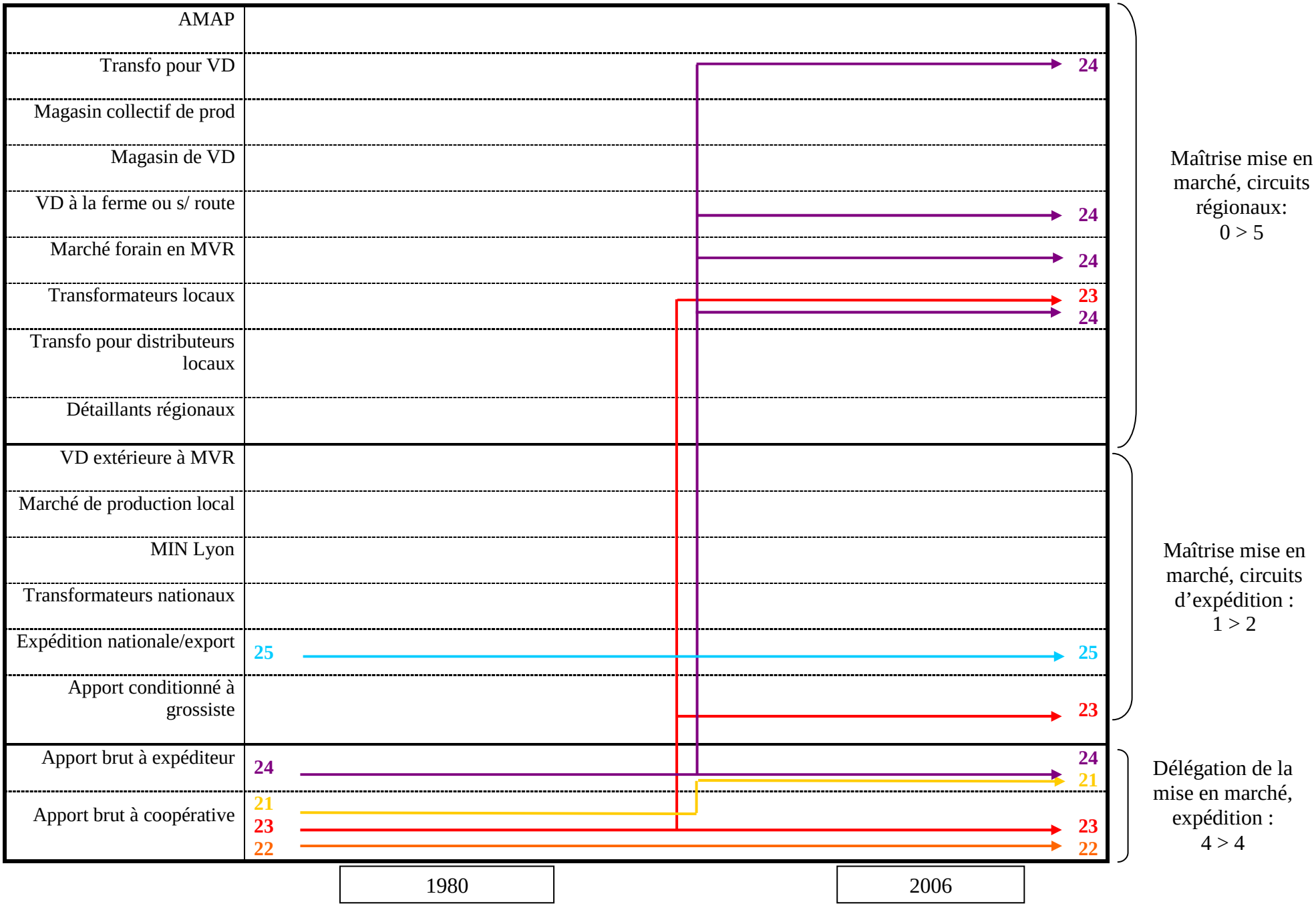


Figure 29: Evolution des stratégies de commercialisation des exploitations du Nord Ardèche (5 EA)



L'évolution dans le Nord-Ardèche apparaît plus timide[295], la diversification des formes de commercialisation semble moins flagrante (Figure 29). Elle est le fait de seulement deux exploitations qui déléguaient complètement la première mise en marché, et qui, aujourd'hui, ont maintenu ces débouchés tout en y ajoutant d'autres pratiques permettant de récupérer plus de marge sur l'exploitation.

Trois éléments peuvent être avancés pour expliquer cette diversification plus faible. D'abord, la situation topographique de ce sous espace rend les déplacements beaucoup plus longs et coûteux pour les producteurs pour rejoindre la vallée du Rhône, où se situent la plupart des lieux de commercialisation. Ensuite, la circulation touristique est moins importante que dans la vallée, ce qui n'encourage pas le développement de la vente directe sur le bord de route ou à la ferme (sauf le long de la N86). Enfin, l'importance de la diversification des productions sur les exploitations, notamment le système fruits/élevage, ne laisse que peu de temps au producteur pour s'investir dans la vente. Le fait que les deux exploitations qui ont diversifié leurs formes de commercialisation soient spécialisées en fruits (dont une a justement arrêté l'activité d'élevage au début des années 1990) corrobore cette explication.

L'analyse des parcours d'exploitation montre que la multiplication des pratiques de commercialisation se construit essentiellement sur un mode additionnel. Des pratiques nouvelles, visant l'internalisation des marges commerciales et ou la vente par les circuits régionaux, sont ajoutées aux débouchés « traditionnels », c'est-à-dire ceux relevant de l'expédition.

Plus que de la complémentation, il y a désengagement, voire abandon des pratiques de commercialisation liées au modèle d'expédition. La coopération et l'apport à un expéditeur privé sont les pratiques qui diminuent le plus, avec respectivement, passage de 9 à 7 exploitations concernées et de 8 à 5 exploitations concernées entre le début des années 1980 et 2006.

Plus précisément, le développement de pratiques de commercialisation par les circuits régionaux est le fait de :

- 12 exploitations qui déléguaient la première mise en marché, parmi lesquelles :
    - 6 exploitations ont complètement quitté leur ancien système (3 étaient en coopérative et 3 apportaient chez un expéditeur privé) pour développer des stratégies leur permettant de vendre la totalité de leurs fruits, soit par le vente directe aux consommateurs, soit par la vente à des détaillants régionaux ;
    - 6 exploitations maintiennent leurs anciennes pratiques (dont 4 sont en coopératives et 2 apportent à un expéditeur privé) et ont développé, en plus, soit la vente directe à la ferme ou sur les marchés forains, soit la vente à des transformateurs, distributeurs et grossistes locaux.
- 3 exploitations qui pratiquaient l'expédition à l'échelle nationale et l'export, et qui ont maintenu ces pratiques en y ajoutant des stratégies de vente directe et de vente sur les marchés de production locaux (Pont-de-l'Isère et MIN de Lyon).

Ces chiffres traduisent un mouvement de « retrait » de la part des producteurs vis-à-vis du modèle d'expédition hérité. Ils souhaitent aujourd'hui maîtriser la commercialisation de leurs produits. S'ils ne quittent pas les structures d'expédition existantes qui permettent d'écouler la plus grande partie de leurs volumes, ils y ajoutent d'autres pratiques de commercialisation, inscrites dans les circuits de distribution régionaux (ventes aux intermédiaires régionaux,

[295] Le sous-espace du Nord Ardèche ne compte que cinq exploitations enquêtées, ce qui rend la comparaison avec les deux autres sous espaces plus délicate.

vente directe aux consommateurs). Elles participent ainsi à une relocalisation de la commercialisation des fruits de la Moyenne Vallée du Rhône. Si ces pratiques de commercialisation sont minoritaires en termes de volumes, il convient d'analyser leur apport en termes de résultat économique pour l'exploitation.

II. Des circuits régionaux plus rémunérateurs que l'expédition ? Etude de cas

Après la description de l'évolution des pratiques de commercialisation, reste la délicate question du bilan économique de ces différents débouchés. Il est très difficile de parler de prix pour illustrer chaque type de pratique, étant donné la très grande variabilité de cette donnée en fonction des espèces, des variétés, des années, des jours et des opérateurs. En outre, le prix seul ne donne pas une grande indication du résultat obtenu par l'exploitant. Or, ce qui nous intéresse ici est bien le revenu du producteur, et la contribution de chaque pratique de commercialisation dans celui-ci. En effet, s'il est largement reconnu que les formes de commercialisation parallèles aux circuits d'expédition permettent d'obtenir un prix supérieur, il est tout aussi fréquent d'entendre que ces pratiques ne sont finalement intéressantes que lorsque des aides familiales en supportent le travail supplémentaire. Le discours de ce directeur de coopérative, bien que caricatural, illustre les termes de la problématique : « *Moi mes adhérents ils sont pas sur les routes le samedi, ni le dimanche, ils ont pas un véhicule réfrigéré pour aller faire 300 km et aller vendre à des stations de ski ou autre tous leurs dimanches et tous leurs samedis. Moi les miens pendant ce temps, le week-end ils le passent chez eux, à travailler ou en famille peu importe, dans leur piscine sûrement, et ils sont bien heureux de leur système.* »[296]

Qu'en est-il vraiment ? Les charges économiques et le temps de travail liés aux différentes pratiques de commercialisation sont-ils démesurés par rapport au différentiel de prix obtenu ? Nous ne disposons pas de sources écrites pour répondre à cette question. Les comptabilités n'intègrent pas toutes les ventes, ne mesurent pas toutes les charges, en particulier le temps de travail des producteurs et de leur famille. Réaliser les bilans économiques de toutes les exploitations enquêtées aurait été un travail énorme, à condition encore que tous les producteurs acceptent de s'y prêter avec nous. Néanmoins, l'analyse approfondie d'un cas permet d'ancrer un peu mieux notre questionnement dans la réalité économique actuelle. Il s'agit de donner quelques éléments de comparaison du résultat économique des formes de valorisation que nous décrivons. Pour ce faire, l'étude d'une exploitation combinant diverses voies de commercialisation pour le même produit nous a semblé pertinente pour pouvoir les comparer dans des conditions identiques. Le second critère de choix de cette exploitation est la relation de confiance établie avec le producteur, qui a accepté de nous livrer la totalité de ses comptes, et de travailler avec nous à l'évaluation des charges liées aux divers modes de commercialisation. Pour des raisons de confidentialité évidentes, nous ne préciserons pas la localisation de l'exploitation, ni le nom des différents opérateurs évoqués.

1. L'exploitation et ses débouchés pour l'abricot

L'exploitation étudiée est spécialisée en production fruitière de châtaignes, abricots et cerises. De taille moyenne, c'est une exploitation individuelle sur laquelle travaille à temps plein le chef d'exploitation. Son épouse est salariée à temps partiel dans une entreprise locale, et travaille sur l'exploitation au moment des grands chantiers de récolte. L'analyse portera

[296] Directeur de coopérative, entretien personnel, 2008.

exclusivement sur le cas des abricots, espèce pour laquelle le producteur avait fait l'état de ses livraisons au moment de notre travail (février-mars 2008)[297].

a) Une exploitation et deux grands types de débouchés

La SAU totale compte 16 ha, dont 8 ha de châtaigniers, 3,5 ha de cerisiers et 3,5 ha d'abricotiers de variété Bergeron. La production est en zone de montagne. Bien qu'équipée d'un système d'irrigation, elle ne donne pas des rendements aussi élevés qu'en vallée. Le rendement moyen des abricotiers est de 17t / ha, avec un maximum de 23t / ha atteint les meilleures années.

La main d'œuvre se répartit entre le travail à temps plein du chef d'exploitation, l'aide de son épouse et de ses parents (retraités) pendant la saison de récolte, et l'emploi annuel d'un salarié à tiers temps. Le chef d'exploitation et ce salarié assument les travaux de l'année. Des saisonniers, essentiellement des jeunes du canton, sont embauchés pour les récoltes : quinze personnes pendant trois semaines pour les cerises (entre mi-juin et début juillet) et dix personnes pendant deux semaines pour les abricots (fin juillet). Cela fait un total de 2,8 UTA, dont 1,3 UTA familiales et 1,5 UTA salariées.

L'exploitation est engagée dans une OP de type coopérative située dans la Vallée du Rhône pour la commercialisation des cerises et des abricots. Néanmoins, une partie de la production est commercialisée hors de celle-ci, à des grossistes et des détaillants locaux, qui achètent les fruits déjà triés, calibrés et conditionnés, à un prix supérieur à celui de la coopérative. Ce type de débouchés concerne une proportion variable des volumes produits, fonction de la récolte et du marché annuel.

Il n'y a pas de distinction de qualité entre les fruits livrés à la coopérative et ceux vendus en dehors. Le tri s'opère en fonction de l'organisation du chantier de récolte et des temps de livraison : la récolte du matin (de 7h à 12h en général) est apportée directement à la coopérative, tandis que la récolte du début d'après-midi est calibrée et conditionnée sur place avant d'être livrée en fin de journée ou le soir suivant. Les fruits sont alors stockés en chambre froide. Les écarts de tri sont vendus pour confitures ou autres aux gens du pays, rien n'est jeté. Ainsi, les abricots issus de la récolte sont divisés en deux lots de qualité identique (calibre, maturité), destinés à deux grands types de débouchés : la coopérative d'une part, et d'autre part, le second lot est ensuite réparti entre un ensemble de grossistes et détaillants.

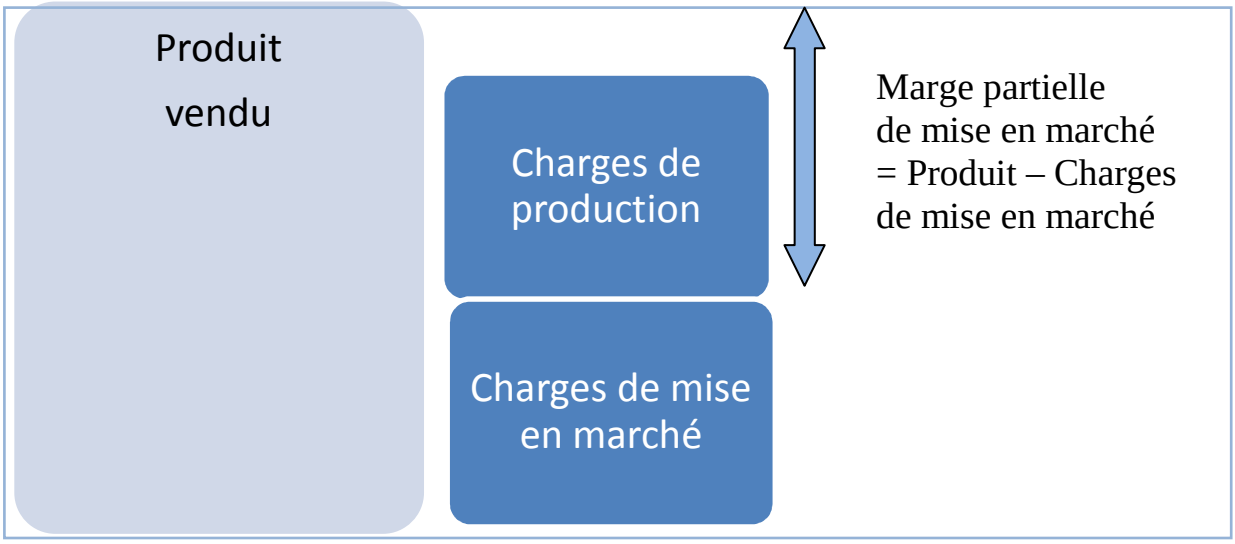
Comparativement à l'apport à la coopérative, la vente aux grossistes et aux détaillants locaux permet l'obtention de prix plus intéressants. Elle nécessite cependant des charges et du travail supplémentaires, qui ne sont pas toujours comptabilisés par l'exploitant. L'objectif de ce bilan est alors d'analyser le plus précisément possible la différence de marge dégagée par chaque grand type de débouché. Il s'agit donc, dans un premier temps, de calculer les résultats dégagés par chaque type de débouché (prix, chiffre d'affaires). Dans un second temps, les charges imputables à chacun sont évaluées. Etant donné que les pratiques de production et de récolte sont identiques quelles que soient les voies de commercialisation choisies, nous portons la comparaison uniquement sur la différence de charges intervenant après la récolte. Le résultat finalement analysé est ainsi appelé la « marge partielle de mise en marché », qui correspond au produit moins les charges de mise en marché (Figure 30).

Détaillons à présent le fonctionnement de l'exploitation après la récolte, pour identifier ce que recouvrent les charges de mise en marché. Les abricots sont apportés du verger pour être triés et conditionnés dans le bâtiment d'exploitation. C'est un grand bâtiment couvert, pourvu d'un

[297] Les cerises sont réparties selon les mêmes types de débouchés que les abricots, et il aurait été intéressant de comparer les deux espèces, mais malheureusement cela ne fut pas possible. Les châtaignes sont toutes commercialisées directement par le producteur, en outre, cette espèce ne rentre pas dans l'objet de notre recherche.

quai de chargement, comme on en trouve dans presque toutes les exploitations arboricoles de la Moyenne Vallée du Rhône. Le calibrage et le conditionnement sont réalisés à l'aide d'une calibreuse, achetée 2 300€ en 2001 spécifiquement pour la commercialisation hors de la coopérative. Cet outil permet de calibrer 800 kg d'abricots par heure en requérant le travail de quatre personnes. Les fruits sont conditionnés en plateaux de 5 kg (pour les calibres 2A et 3A) et de 9 kg (calibres A et moins) achetés par le producteur. Entre le jour de récolte et la livraison, les abricots sont conservés dans une petite chambre froide construite pour le stockage des châtaignes. Les livraisons aux détaillants et aux grossistes sont réalisées à l'aide d'un petit camion (type Renault Master), qui sert aussi pour la vente des châtaignes, des cerises, et parfois pour les livraisons à la coopérative (un camion plus important est loué si les volumes le nécessitent). Ainsi, nous identifions trois principaux postes de charges de mise en marché des abricots : le tri-calibrage, l'achat des plateaux de conditionnement, la livraison. Le schéma suivant présente la composition de la marge partielle de mise en marché (Figure 30).

Figure 30: Décomposition de la marge partielle de mise en marché



b) Répartition des abricots selon les débouchés (saison 2007)

2007 est une année marquée par un petit gel de printemps. Le rendement obtenu sur l'exploitation est faible, avec en moyenne 13,7t / ha pour les abricots. Le volume total commercialisé représente 48t d'abricots, dont 10t vendues à la coopérative et 38t vendues à quatre grossistes spécialistes des marchés haut de gamme situés dans la vallée du Rhône et à trois détaillants. Parmi ces derniers, le premier est un magasin primeur du Nord Ardèche, le second vend sur les marchés de détail de la périphérie lyonnaise, et le dernier est un petit magasin primeur du Sud Ardèche.

Pour chaque acheteur, chaque livraison et chaque lot (le critère discriminant étant le calibre), un prix est négocié. Le tableau de synthèse de l'ensemble des transactions (Tableau 31), donne une idée du travail que cela représente pour le producteur. En deux mois, 58 lots différents ont été négociés et vendus au cours de 44 livraisons.

Tableau 31: Livraisons d'abricots selon les débouchés en 2007

Acheteurs	Calibre	Volume (kg)	Nb livraisons	Nb lots	prix moyen (€/kg)
Coopérative	A et moins	3000			0,5
	2A	4000			1,15
	3A	3000			1,3
	Total	***1000***	***10***	***10***	***1***
Gross 1	A et moins	0			
	2A	3661			1,54
	3A	10274			1,98
	Total	***13935***	***11***	***13***	***1,86***
Gross 2	A et moins	0			
	2A	0			
	3A	13835			1,76
	Total	***13835***	***8***	***9***	***1,76***
Gross 3	A et moins	0			
	2A	1440			1,55
	3A	2400			1,8
	Total	***3840***	***3***	***4***	***1,7***
Gross 4	A et moins	0			
	2A	2160			1,53
	3A	600			2
	Total	***2760***	***2***	***3***	***1,6***
Detaill 1	A et moins	512			1,2
	2A	1179			1,5
	3A	50			1,8
	Total	***1741***	***6***	***11***	***1,4***
Detaill 2	A et moins	0			
	2A	700			1,6
	3A	700			2
	Total	***1400***	***3***	***6***	***1,8***
Detaill 3	A et moins	500			1
	2A	0			
	3A	220			2
	Total	***720***	***1***	***2***	***1,3***
Total		**48231**	**44**	**58**	

Partant des données détaillées de l'ensemble de la campagne 2007[298], nous avons pu calculer les volumes de chaque calibre vendus à chaque client (Figure 31), ainsi que les prix moyens obtenus sur la campagne, par calibre et par client (Figure 32).

Figure 31: Répartition des volumes par calibre et par débouché, saison 2007

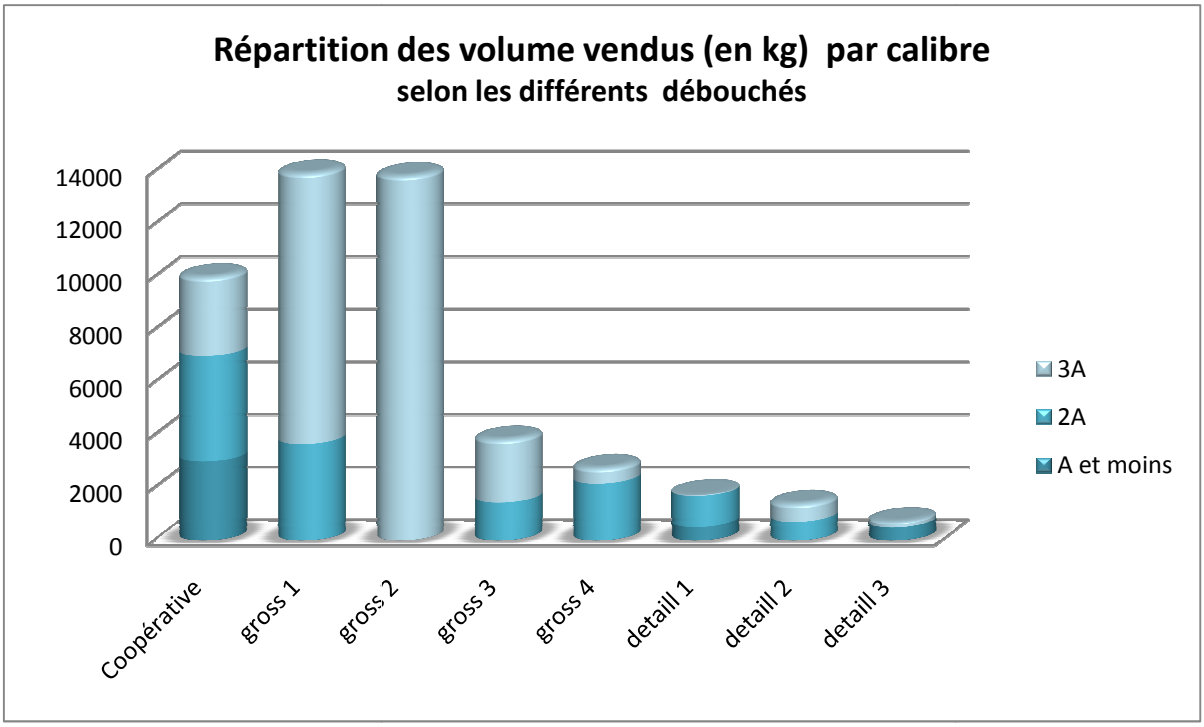
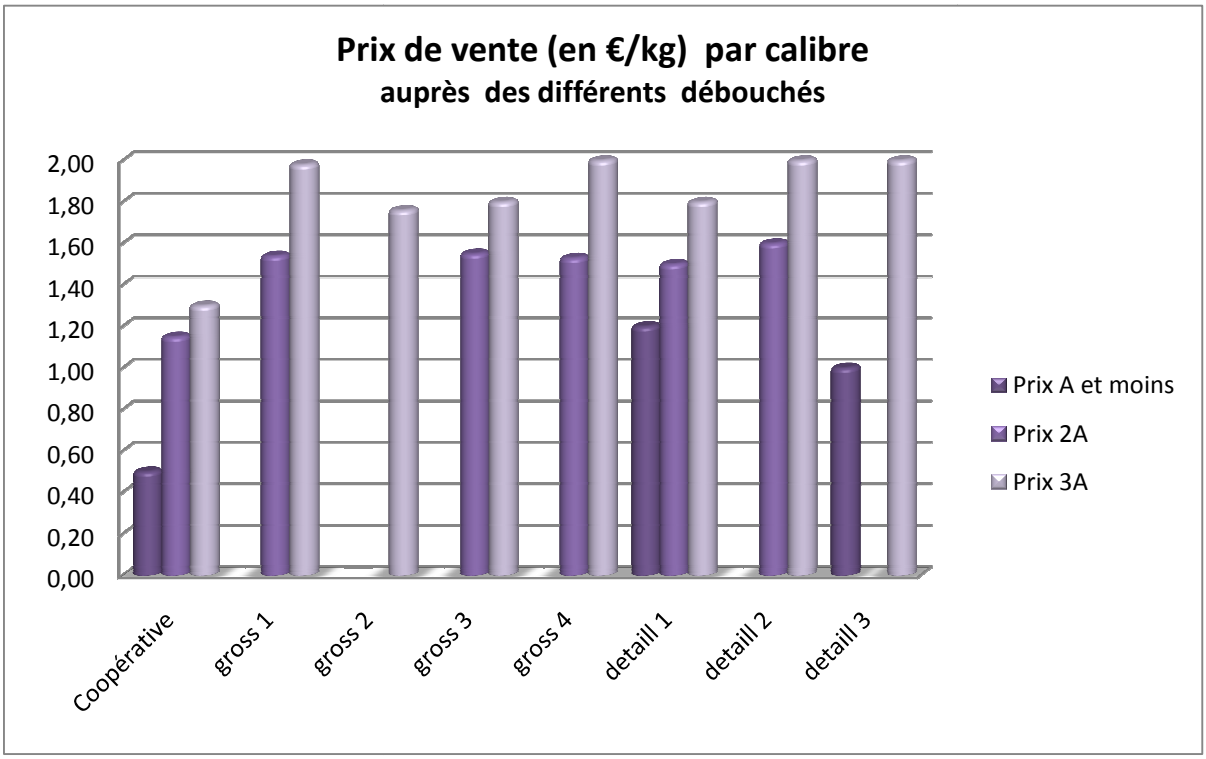


Figure 32: Prix de vente par calibre et par débouché, saison 2007



[298] Celles-ci ne sont pas présentées en annexe pour des raisons de confidentialité. Néanmoins, le tableau de synthèse (**Tableau 31**) en présente les résultats sur la campagne, par débouché et par calibre.

Ces graphiques montrent que pour la campagne 2007, seul 20% du volume des abricots produits est apporté à la coopérative, ce qui représente à peine 13% du chiffre d'affaires de l'exploitation. Et parmi les 80% des abricots restant, la répartition des lots vendus entre les grossistes et les détaillants montre des distinctions claires. D'une part, les grossistes ont permis de commercialiser la majeure partie des volumes, dont principalement des gros calibres vendus à des prix élevés. D'autre part, les détaillants ont reçu des volumes plus modestes, mais davantage composés de petits calibres. En effet, le détaillant 1 a acheté 512 kg de calibre A, ce qui représente 30% du volume de ses achats. La proportion est encore plus élevée pour le détaillant 3, dont le calibre A constitue 70% du volume de ses achats (720 kg).

Partant de ce constat, nous pensons qu'il n'est pas pertinent de mener l'analyse en comparant les prix et les charges relatifs à chaque type de débouché, puisque chacun prend en charge des calibres différents. Une analyse ciblée sur une catégorie de calibre, et comparant plusieurs débouchés, ne nous semble pas plus éclairante puisque l'enjeu, ici, est de prendre en compte l'ensemble de la production d'une exploitation, ce qui nécessite d'appréhender toute la gamme des calibres obligatoirement produits par un verger. Nous proposons donc de porter l'analyse des prix et des charges en comparant les deux grands types de débouchés utilisés par l'exploitation : la coopérative d'une part, et l'ensemble des grossistes et détaillants d'autre part. Ceci se justifie par deux éléments. Le premier est le fait que les volumes de fruits vendus à ces deux grands types de débouchés correspondent à deux lots (de 10t et de 38t) de qualité identique et tous deux récoltés et vendus au même rythme temporel (les mêmes jours). Rappelons ici qu'en effet, la récolte du matin est portée à la coopérative, et celle de l'après-midi est calibrée, conditionnée puis vendue par le producteur. Ainsi, comparer entre eux ces deux lots permet de gommer à la fois l'effet calibre et l'effet saison qui pourraient influencer les prix[299]. Le second élément justifiant de considérer les sept clients comme un ensemble est le fait que la répartition des fruits entre ceux-ci, opérée par le producteur en fonction des calibres, correspond à une réelle stratégie de sa part pour obtenir le meilleur prix d'un calibre donné. C'est le même travail commercial que réalise la coopérative en interne, en allotissant ses abricots et destinant ses lots vers les marchés les mieux rémunérateurs pour une qualité donnée. Ainsi, il ne serait pas cohérent de comparer chaque débouché individuellement par rapport aux autres, l'effet qualité-calibre serait trop important sur le résultat. Il est en revanche nécessaire de considérer l'ensemble des sept clients comme un ensemble homogène comparable à la coopérative en termes de résultat. Nous avons donc recalculé la répartition des volumes et des prix par calibre en fonction de ces deux grands types de débouchés (Figure 33 et Figure 34). La suite de l'analyse sera conduite sur cette comparaison.

[299] L'abricot Bergeron étant parmi les variétés les plus tardives, et la Moyenne Vallée du Rhône étant le bassin de production le plus septentrional, l'enjeu est de les commercialiser le plus tard possible, lorsque l'offre nationale diminue et les cours remontent. Le producteur stocke très peu les abricots qu'il vend lui-même, par manque de place dans sa chambre froide. La coopérative est, en revanche, équipée pour stocker et utilise cette possibilité lorsque les cours sont trop bas.

Figure 33: Répartition des volumes par calibre, pour la coopérative et pour l'ensemble des autres débouchés, saison 2007

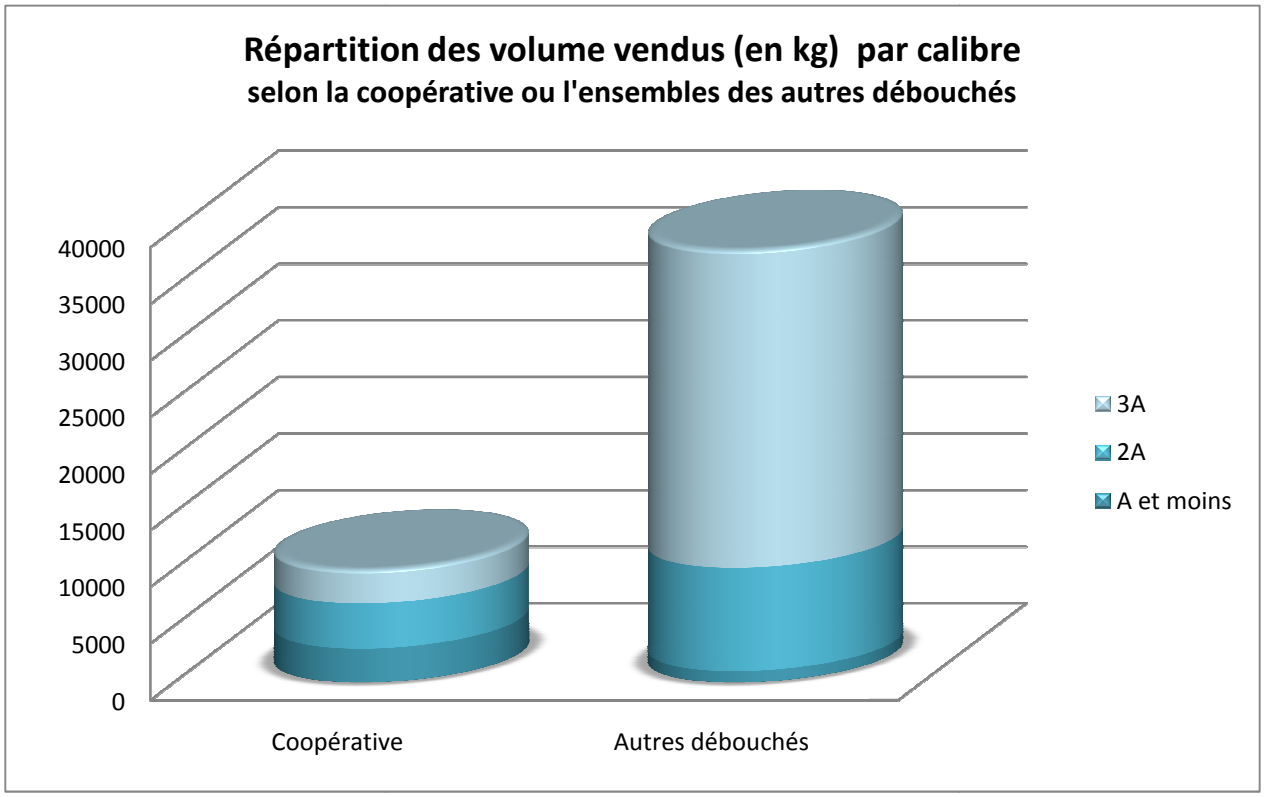
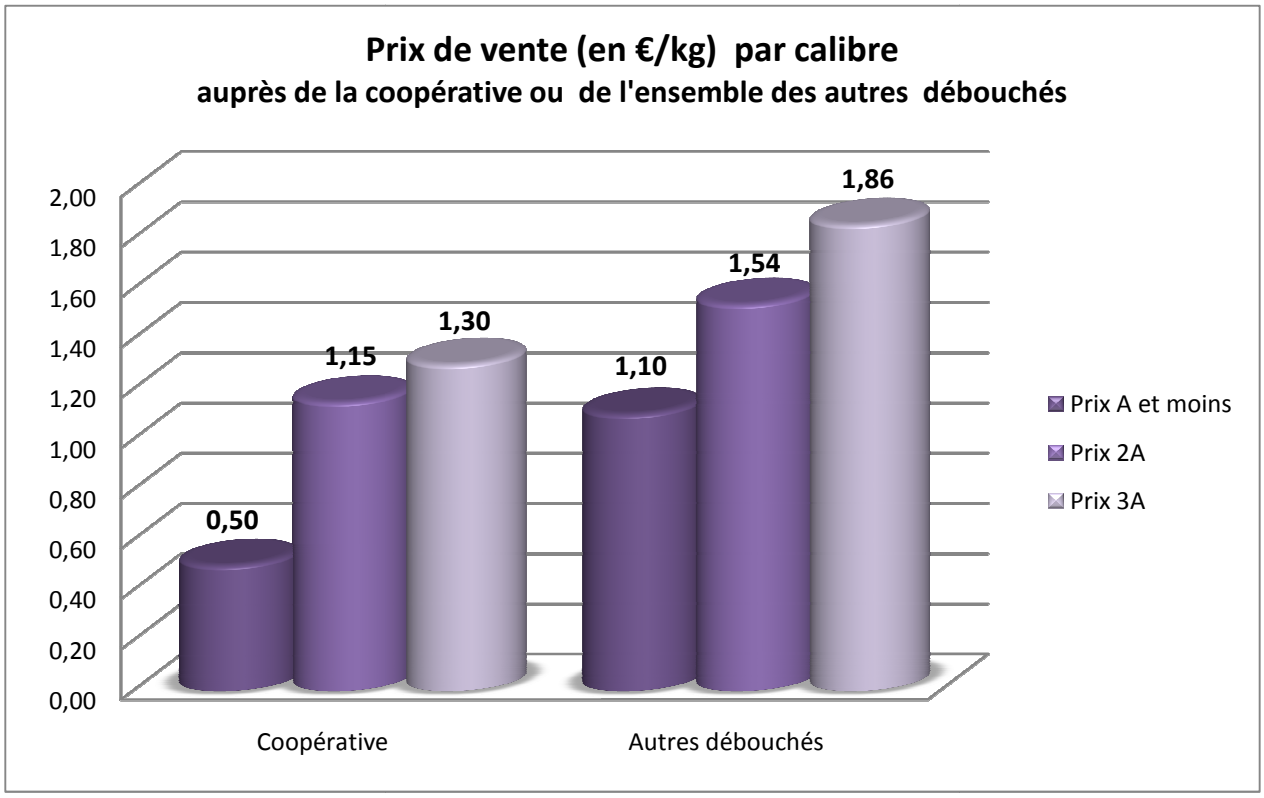


Figure 34: Prix de vente par calibre obtenus de la coopérative et de l'ensemble des autres débouchés, saison 2007



D'abord, notons que la Figure 33 révèle une différence notable de répartition des calibres entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés. De fait, si près de 30% des volumes apportés à la coopérative sont classés en catégorie A et moins, cela ne concerne que 3% des volumes vendus aux autres acheteurs. Comment expliquer cela alors que le producteur nous confirme ne pas faire de différence qualitative entre la récolte apportée à la coopérative et celle conditionnée sur place ?

Prenons d'abord en considération le fait qu'une partie des petits calibres est vendue à la ferme, aux habitants, pour les confitures. Cette pratique pourrait expliquer qu'une partie des petits calibres est ainsi soustraite aux débouchés des grossistes et des détaillants. Mais cela représente, d'après le producteur, environ 500 kg de fruits par an, ce qui est infime par rapport aux volumes vendus en gros. Cela ne correspond pas à la différence observée entre la proportion de petits calibres commercialisés par la coopérative et celle commercialisée par les autres débouchés. Cette explication est donc insuffisante.

Il reste alors une hypothèse permettant d'expliquer la situation constatée : les critères de tri appliqués par la coopérative seraient beaucoup plus sévères que ceux appliqués par le producteur (lors du calibrage sur l'exploitation) et acceptés par les grossistes et détaillants. Les chiffres publiés lors du bilan annuel d'activité de la coopérative soutiennent cette hypothèse : 30% de l'ensemble des volumes d'abricots traités par celle-ci ont été vendus à « l'industrie française et export »[300]. Or, les fruits vendus à l'industrie correspondent aux petits calibres (A et moins) et aux fruits dont l'aspect est insatisfaisant. La concordance de ces deux taux, dont la valeur est la même pour l'ensemble des abricots de la coopérative et pour l'ensemble de ceux livrés par l'exploitation étudiée, laisse en effet penser que le tri s'opère davantage au niveau de la coopérative qu'à celui de l'exploitation. Ce constat coïncide en outre avec la stratégie de cette coopérative, qui relève du modèle de la délégation (expliqué en chapitre 1[301]). Son objectif étant de fournir un maximum de volume en catégorie « *standard plus* », c'est ce marché qui concentre les efforts commerciaux. Les autres qualités sont alors plus facilement orientées vers des marchés d'industrie ou moins exigeants en investissement commercial, mais peu rémunérateurs.

La Figure 34 montre clairement, quant à elle, que les prix payés par l'ensemble des grossistes et détaillants locaux sont plus importants que ceux payés par la coopérative, et cela pour chaque catégorie de calibre. Reste à évaluer maintenant si les charges imputables à la vente à ces grossistes et ces détaillants ne viennent pas annuler le bénéfice du prix supérieur.

[300] Compte-Rendu de l'Assemblée Générale 2008, source personnelle. Nous ne donnerons pas davantage de précision pour préserver la confidentialité des opérateurs concernés par cette analyse économique.

[301] Le principe organisateur consiste à externaliser la gestion de la variabilité de la qualité auprès des producteurs, par exemple en les laissant vendre eux-mêmes les fruits de petits calibres ou trop mûrs. De ce fait, l'OP vise à obtenir un seul type de qualité des fruits : une « bonne » qualité standard (souvent appelée « standard plus » par les professionnels) définie par les normes des GMS et de l'export. Ce choix stratégique conduit l'OP à avoir des exigences importantes envers les producteurs.

2. Comparaison des marges partielles des débouchés

a) Analyse des charges par débouché

Pour chaque acheteur, les charges peuvent être décomposées en 3 postes :

- le travail de tri / calibrage ;
- le coût des emballages, selon que ce sont des plateaux de 5 kg ou de 9 kg ;
- la livraison et/ou le temps consacré à la vente lorsque les clients viennent chercher les fruits à la ferme.

Certaines charges n'ont pas été calculées, parce que jugées trop infimes par rapport au chiffre d'affaires. Ce sont notamment :

- le coût du stockage dans la chambre froide : il intervient de manière très aléatoire, et il est difficile d'évaluer le coût de l'électricité par kilo de fruits stockés.
- le coût de fonctionnement de la calibreuse, à l'énergie électrique.

Nous distinguons trois calculs de charges différents, selon le type de débouché. En effet, pour l'apport à la coopérative, la seule charge de mise en marché correspond à la livraison jusqu'à la station, à la charge du producteur. Elle a été évaluée ainsi[302], pour un aller-retour en camion chargé de 2 t. d'abricots :

Coût d'une livraison à la coopérative :

2 t. transportées — taux d'amortissement= 0,15€/km

SMIC (au 1/07/07) = 8,44 €/h

		coût unitaire	**coût total**
Distance	80 km	0,15 €/km	12€
Gasoil	10 L	1,15 €/L	11,5€
Temps	3 h	8,44 €/h	25,32€
		Total	48,82€
		Coût / kg	**0,0244 €/kg**

[302] L'ensemble des éléments, temps passé, durée, indicateurs de coûts, a été réfléchi avec le producteur concerné.

Pour l'apport aux grossistes et détaillant de la vallée, tous situés dans un proche rayon, les charges portent sur les trois postes, évalués comme suit :

Calcul du coût du tri/calibrage/conditionnement:
800 kg d'abricots traités / h à 4 personnes :
= 4*8,44/800 **= 0,0422 €/kg**

Calcul du coût des conditionnements:

	prix unitaire	prix / kg d'abricot
plateau 5 kg	0,6	**0,12 €/kg**
plateau 9 kg	0,7	**0,08 €/kg**

Calcul du coût d'une livraison :
1,5 t. transportées taux d'amortissement= 0,15€/km
SMIC (au 1/07/07) = 8,44 €/h

		coût unitaire	**coût total**
distance	100 km	0,15 €/km	15
gasoil	12 L	1,15 €/L	13,8
temps	3,5 h	8,44 €/h	29,54
		Total	58,34
		Coût / kg	**0,03889 €/kg**

Enfin, deux détaillants viennent chercher les fruits directement chez le producteur. Dans ce cas, le coût de la livraison est remplacé par la charge relative au temps passé pour la vente, évalué comme suit :

Calcul du coût d'une vente sur place:

		coût unitaire	coût total	
temps:	0,5h	8,44 €/h	**4,22**	**€/vente**

Finalement, on peut comparer les charges de mise en marché dans les figures suivantes, présentant d'abord le détail par débouché (Figure 35), puis la comparaison entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés (Figure 36).

Figure 35: Décomposition des charges de mise en marché par débouché

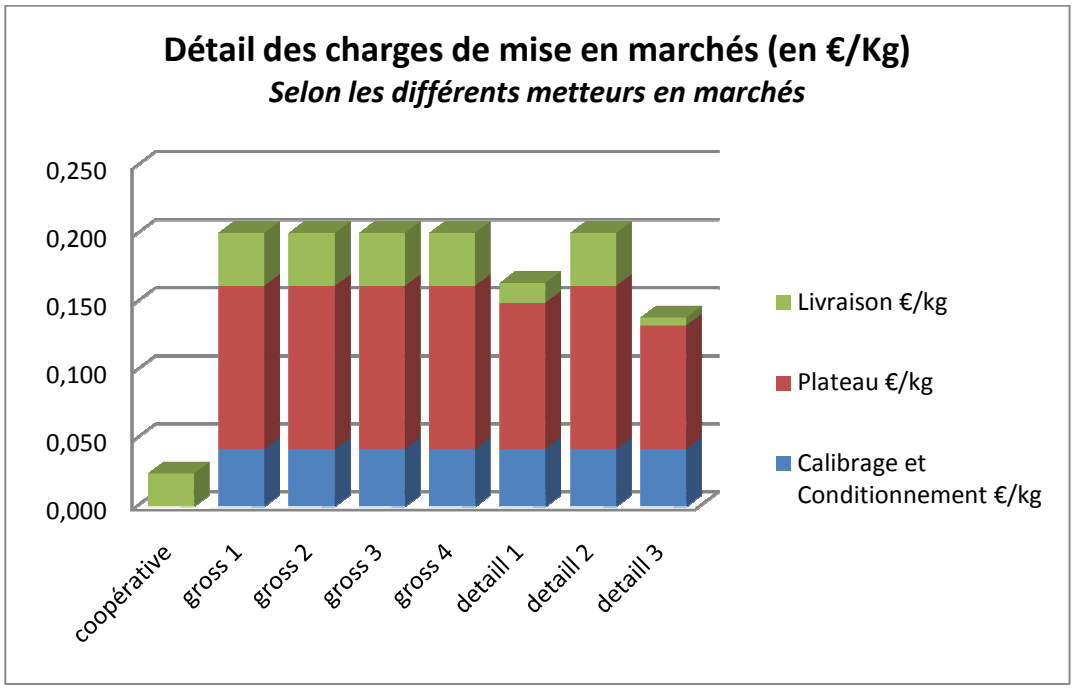
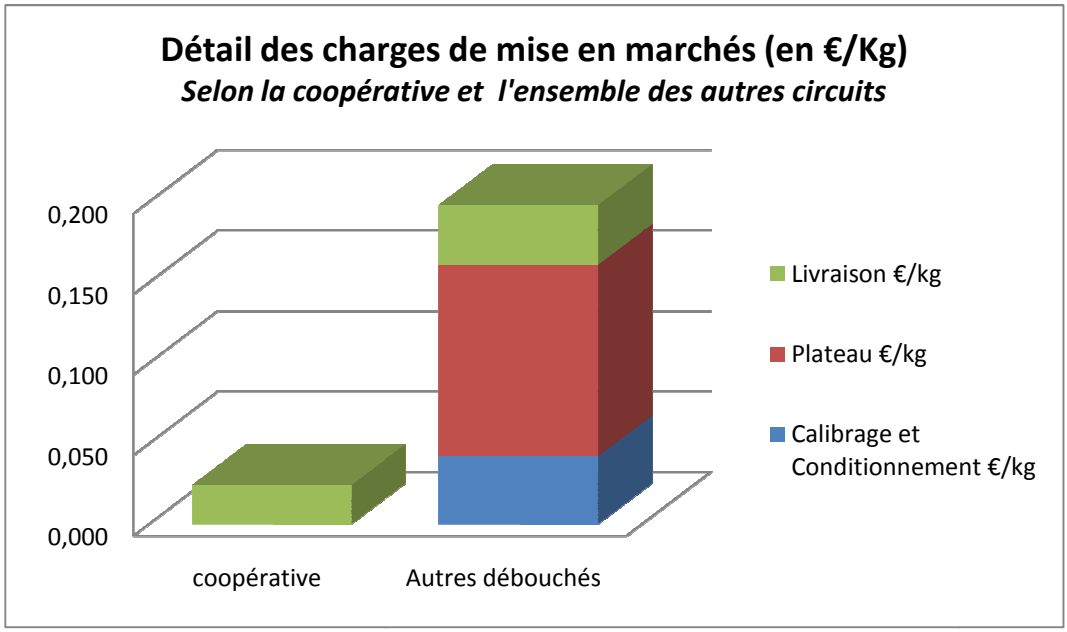


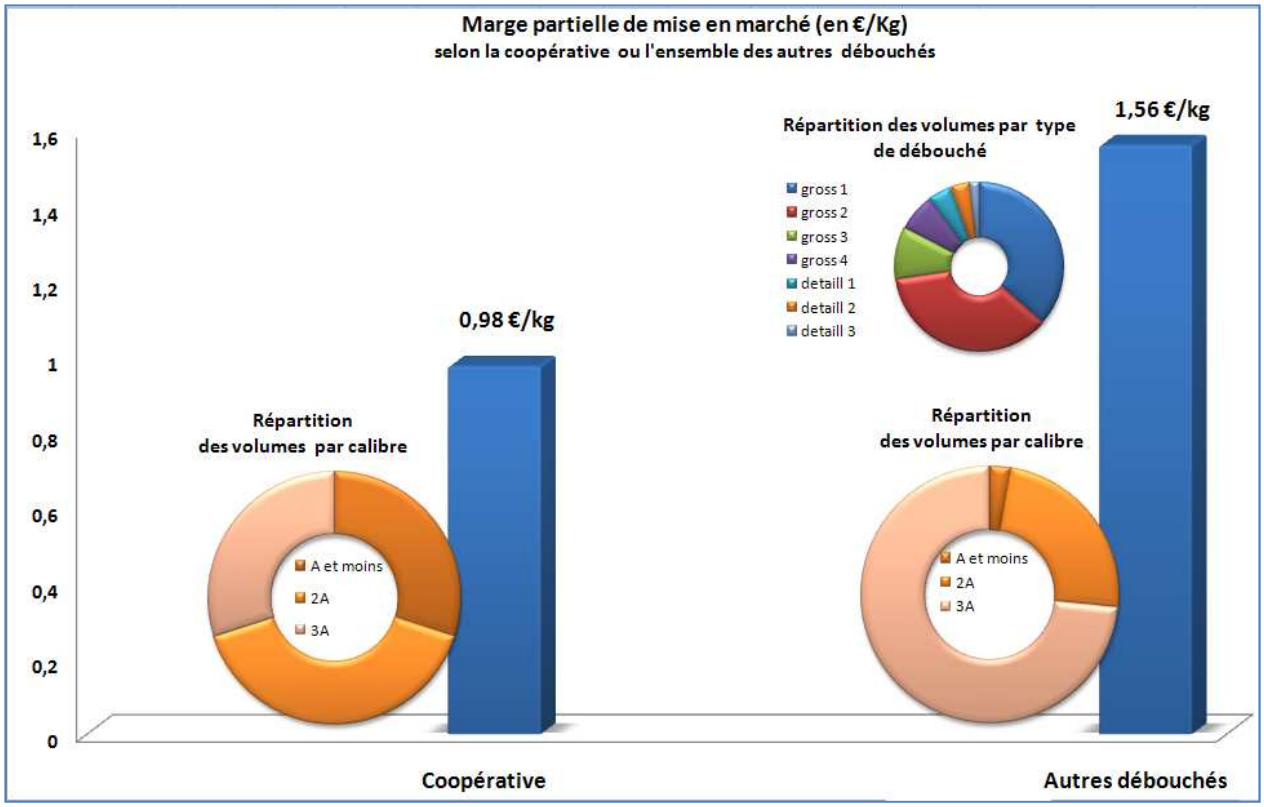
Figure 36: Décomposition des charges de mise en marché pour la coopérative et pour l'ensemble des autres débouchés



b) Marge partielle obtenue par grand type de débouché

A partir de ces données, il est possible de réaliser un tableau bilan (en Annexe 9) comparant, pour chaque acheteur, le chiffre d'affaires et les charges de mise en marché. L'indicateur final, la « marge partielle de mise en marché » permet une comparaison objective de la valorisation économique théorique offerte par chaque grand type de débouché (Figure 37).

Figure 37: Comparaison de la marge partielle de mise en marché dégagée entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés, saison 2007



Réalisation C. Praly

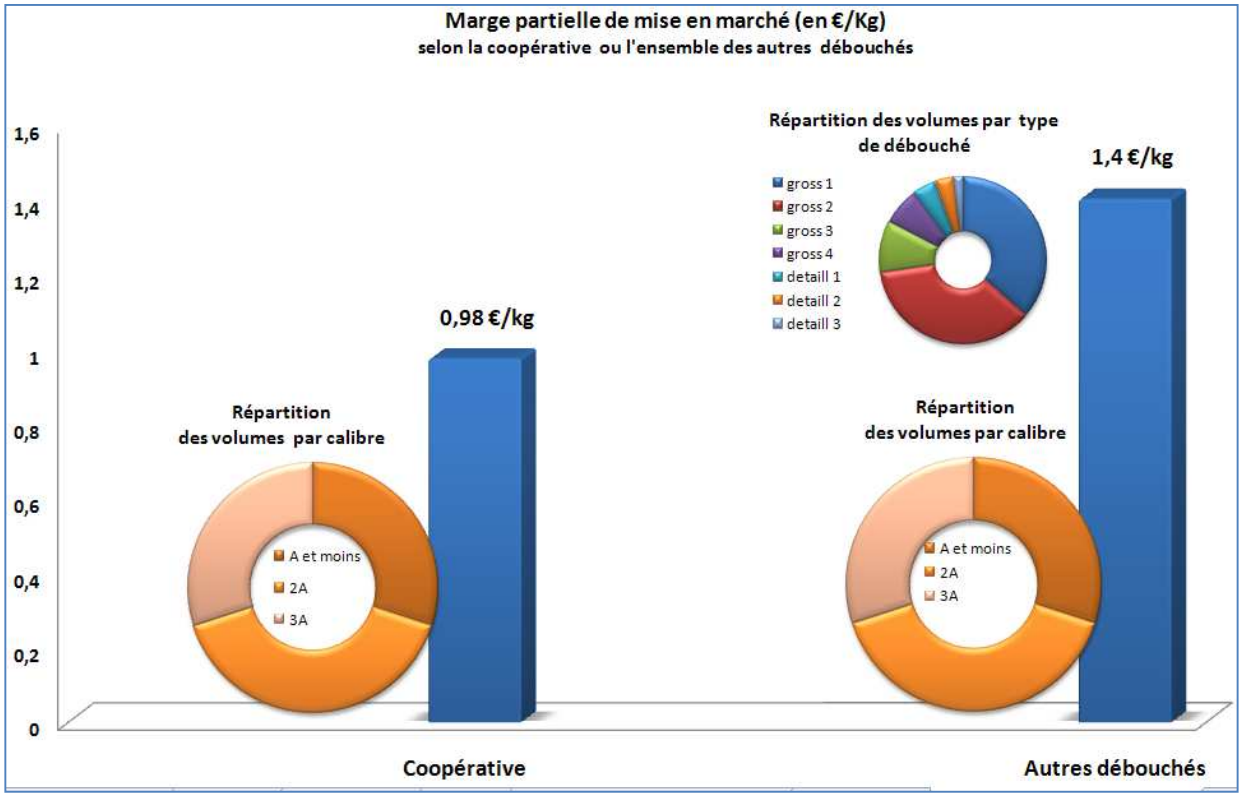
Il est éloquent de constater la différence de marge partielle de mise en marché entre la coopérative et l'ensemble des sept autres débouchés. Ainsi, même lorsque les charges relatives au calibrage, au conditionnement et aux livraisons sont déduites, le résultat économique obtenu auprès de l'ensemble des grossistes et détaillants locaux reste largement supérieur à celui dégagé par la coopérative.

Cependant, malgré notre hypothèse d'un tri des fruits plus sévère appliqué par la coopérative, il convient de discuter la différence de proportion de calibres entre les deux types de débouchés. Plus précisément, nous proposons de vérifier en quoi la différence de répartition des calibres observée entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés influence le résultat. Dit autrement, cette différence de proportion de petits calibres permet-elle, a elle-seule, d'expliquer la différence de marge partielle de mise en marché entre les deux types de débouché ?

Pour répondre à cette interrogation, nous avons estimé la marge partielle de mise en marché qui serait dégagée des autres débouchés si les proportions des calibres étaient les mêmes que pour la coopérative (30% de A et moins, 30% de 2A et 30% de 3A) (cf. tableau des calculs en Annexe 10). Pour cela, le chiffre d'affaires a été calculé avec les prix moyens obtenus par

calibre et par débouché. Les charges ont été réévaluées puisque le conditionnement change selon le calibre. On obtient finalement le résultat présenté en Figure 38.

Figure 38: Comparaison de la marge partielle de mise en marché dégagée entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés avec correction de la proportion des calibres



Réalisation C. Praly

Ainsi, même à proportion de calibres égale, la marge partielle dégagée de l'ensemble des autres débouchés demeure nettement supérieure à celle de la coopérative. Certes, cette estimation demeure théorique car fondée sur l'extrapolation des prix moyens obtenus, et non sur une réalité constatée. Elle n'en démontre pas moins que la différence de calibres n'explique pas plus de 28% de la différence de marge partielle de mise en marché constatée entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés[303]. Vérifions à présent que nous n'avons pas oublié d'autres charges.

c) Considération des autres petites charges fixes

Deux charges n'ont pas été imputées au calcul des coûts de mise en marché par kilo d'abricots. Ce sont des charges fixes, directement liées à la commercialisation hors de la coopérative, mais indépendantes des quantités : le temps passé au téléphone et l'amortissement de la calibreuse.

D'une part, les accords commerciaux se concluent au téléphone, quasiment au jour le jour en saison. Ce sont généralement les acheteurs qui appellent le producteur et passent leurs commandes. Ainsi, celui-ci évalue le temps passé à environ trente minutes par jour pendant un mois, le temps de la saison d'abricots. En revanche, l'appel étant à l'initiative de l'acheteur, il ne considère pas avoir de frais téléphoniques particuliers.

[303] Détail du calcul : (1,56-1,40)/(1,56-0,98)*100 = 27,6.

Calcul du coût du « temps de négociation commerciale » : 0,5 h * 8,44 €/h * 30 j = 126,6€.

Ramené au kilo, on obtient un coût de 126,6 / 38 000 = **0,33 centimes d'euros / kg.**

D'autre part, la calibreuse a été achetée d'occasion en 2001, 2300€. C'est une machine solide, qui ne demande quasi aucun entretien, et que le producteur pense pouvoir conserver ainsi jusqu'à sa retraite. Ce n'est pas un modèle très adapté à la forme ovale du Bergeron, elle nécessite donc une main d'œuvre importante pour corriger les erreurs de calibrage. Mais pour l'utilisation qui en est faite actuellement, et compte tenue de la disponibilité en main d'œuvre familiale, cet outil est satisfaisant pour le producteur. Elle a déjà fonctionné pendant sept campagnes, nous calculons donc son amortissement sur sept ans :

Taux d'amortissement annuel = 2300 / 7 = 328,6 €.

Ramené au kilo, on obtient le taux suivant = 328,3 / 38 000 = **0,86 centimes d'euros / kg** pour 2007.

Ainsi, ces charges s'élèvent à 455,2€ pour 2007, ce qui est très faible. D'autant plus que les écarts de tri issus du calibrage sur l'exploitation sont intégralement vendus pour abricots à confiture aux gens du pays. Le producteur évalue le volume à environ 500 kg, vendus à 0,75€/kg. En comptant les charges liées au calibrage et aux emballages, cela représente finalement un résultat net de :

Recettes	Charges
500 * 0,75 = 375 €	Calibrage : 500 * 0,0422 = 21,1€ Emballages : 500 * 0,08 = 40€

Résultat net = 314 €

Le résultat de la vente des écarts de tri couvre 80% des charges représentées par le temps passé au téléphone et par l'amortissement de la calibreuse. En outre, à partir de 2008, la calibreuse qui constitue la part la plus importante de ces charges, pourra être considérée comme totalement amortie. Ainsi, ces charges peuvent être écartées du calcul de la marge partielle de mise en marché.

3. Discussion : entre évaluation théorique et considérations pratiques

Quels enseignements généraux tirer de ce cas particulier ? Au-delà de la comptabilité et des chiffres, considérons d'abord ce que ces deux grands types de débouchés représentent réellement pour l'exploitation et la famille en termes de revenu, d'avantages et de contraintes. Ensuite, nous serons en mesure de discuter les enseignements généraux et le caractère reproductible de ce cas particulier.

a) Comparaison entre marge théorique et marge réelle

Les calculs présentés ci-dessus proposent une comptabilité théorique de la totalité des charges engagées post-récolte. Or, en réalité sur cette exploitation, certaines charges ne sont pas « dépensées ». Le producteur et sa famille assument un bon nombre de tâches qu'ils ne se « paient » pas au taux horaire du SMIC. En réalité donc, il y a moins de sortie de trésorerie que ce qui est indiqué dans les calculs théoriques précédents. Le résultat comptable, pour l'exploitation, est donc supérieur. On peut présenter l'ajustement suivant pour chaque poste de charge de mise en marché :

- Le travail de tri/calibrage est majoritairement réalisé par la famille (épouse, parents, etc.) qui ne se rémunère pas ce temps de travail. Un salarié saisonnier est parfois pris en renfort. Sa contribution sur ce poste est estimée à moins d'un quart du temps total.
- Les charges de conditionnement ne sont pas modifiées puisque les plateaux doivent être achetés par l'exploitation.
- En ce qui concerne le coût des livraisons, elles sont souvent déléguées à un salarié quand c'est pour la coopérative, tandis qu'elles sont assurées par le producteur quand c'est pour les autres acheteurs. Aussi, le coût d'une livraison à la coopérative reste inchangé, mais celui d'une livraison à un autre acheteur fera l'économie du temps de travail.

Ainsi, les coûts des postes concernés peuvent être recalculés :

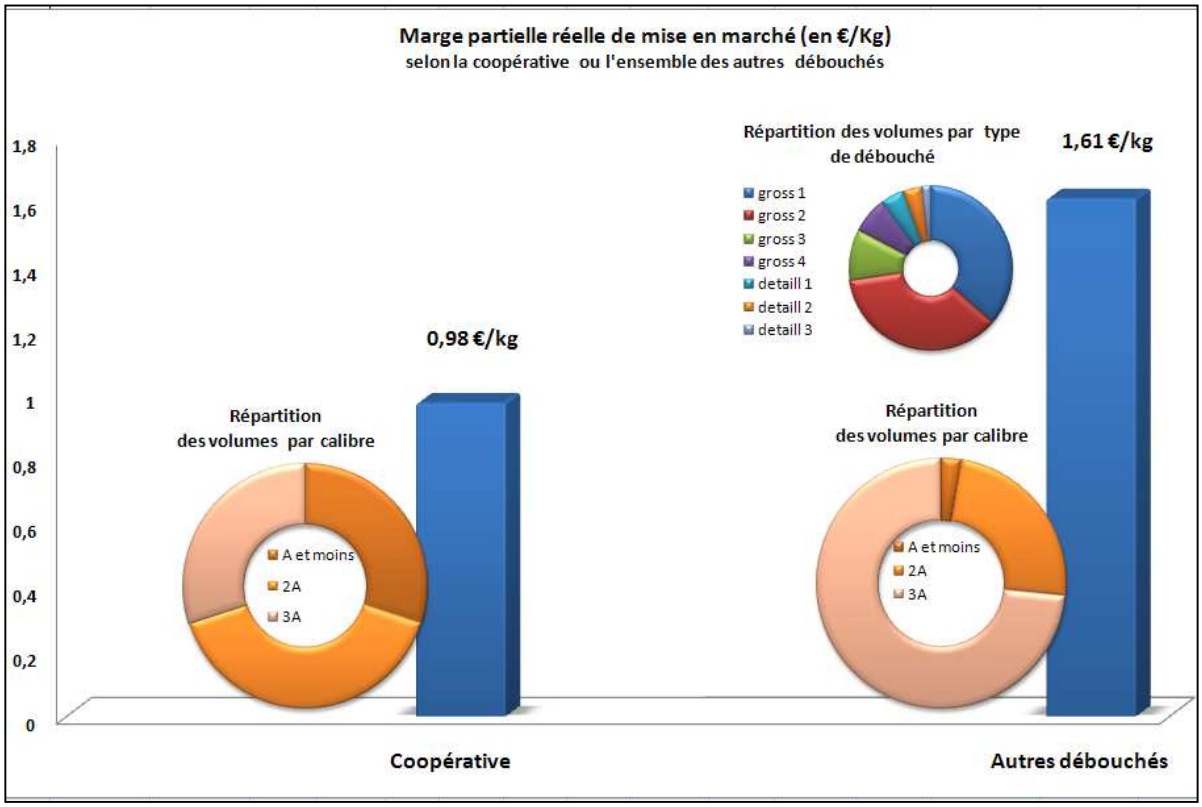
Calcul du coût du tri/calibrage:
800 kg d'abricots traités / h à 4 personnes
dont **1 salariée**
= 1*8,44/800 **= 0,01055 €/kg**

Calcul du coût d'un A/R livraison aux grossistes-détaillants:
1,5 t. transportées taux d'amortissement= 0,15€/km

		coût unitaire	coût total
distance	100 km	0,15 €/km	15
gasoil	12 L	1,15 €/L	13,8
		Total	28,8
		Coût / kg	**0,0192 €/kg**

Le tableau-bilan des recettes et des charges par grand type de débouchés est également recalculé (cf. Annexe 11). Et on obtient des marges partielles réelles réévaluées, à la faveur des ventes hors de la coopérative (Figure 39).

Figure 39: Marges partielles réelles de mise en marché pour la coopérative et l'ensemble des autres débouchés, saison 2007



Réalisation C. Praly

Ainsi la commercialisation par les autres débouchés offre une souplesse à l'exploitation qui peut investir en temps de travail familial sur les fonctions de mise en marché, pour dégager un meilleur résultat économique. Cela peut permettre de supporter les mauvaises années en limitant les pertes. Au contraire, une exploitation qui livre la totalité de ses fruits à la coopérative ne dispose d'aucune capacité d'adaptation en cas de prix très bas, excepté par l'économie de charges de cueillette, en arrêtant la récolte par exemple[304].

Par ailleurs, il est également important de mentionner la question des services et garanties non monétaires relatifs aux différents types de débouchés. De fait, s'il est clair que la vente à un ensemble de grossistes et détaillants hors de la coopérative permet une valorisation supérieure des fruits, l'adhésion à une structure collective apporte des avantages non négligeables pour l'exploitation, bien que non chiffrable.

C'est d'abord la garantie de pouvoir écouler toute la marchandise, même si la garantie d'un prix rémunérateur n'est, quant à elle, pas automatique. Le producteur déclare volontiers que, en pleine saison, s'occuper de la commercialisation entraîne un stress supplémentaire. Il faut parvenir à tout vendre. En outre, le surplus de travail assumé par le producteur représente une très grande disponibilité, un stress permanent pendant deux mois, qui se répercute sur la qualité de vie, pour lui et sa famille. Si pour certains, la satisfaction trouvée dans la reconnaissance commerciale de la qualité du produit, dans les relations humaines nouées avec les acheteurs, compense ces inconvénients, d'autres ne sont pas prêts à les accepter ou pas capables de supporter un tel rythme et un tel stress.

[304] C'est un phénomène courant pour les cerises dont la récolte demande beaucoup de main d'œuvre. Les exploitations stoppent le travail lorsque les prix deviennent trop bas pour rémunérer son coût.

C'est ensuite la garantie d'être payé. De fait, le producteur seul est mal armé devant un refus de paiement d'un grossiste qui argue un défaut de qualité, ou tout simplement qui dépose le bilan. Ce risque est souvent cité par les adhérents de structures collectives, mais très peu évoqué par les producteurs qui travaillent avec des opérateurs privés. La situation est en effet plus complexe que ce qu'elle y parait. La relation commerciale avec un acheteur privé se construit, en effet, sur la confiance réciproque, et ni l'un ni l'autre n'a intérêt à flouer son « partenaire ». Certes, un problème de qualité peut arriver, mais cela est également vrai dans les coopératives, où le lot est écarté lors du tri. En revanche, maintenant que la production fruitière tend à diminuer dans la vallée du Rhône, les acheteurs privés n'ont pas du tout intérêt à perdre leurs fournisseurs, surtout s'ils font de beaux fruits. Or, un mauvais payeur serait très vite connu parmi les producteurs (ce type d'information circule vite), et perdrait nombre d'apporteurs.

En outre, l'adhésion à une structure coopérative donne accès à des services variés, notamment techniques ou technico-économiques, que ne peuvent apporter les petits grossistes et détaillants. Certes, il peut y avoir échange de services entre le producteur et certains grossistes de la vallée. Par exemple, l'un d'eux lui laisse stocker quelques palettes d'abricots dans sa chambre froide, pour éviter au producteur de trop nombreux voyages de livraisons. En retour, le producteur facture dix centimes de moins ses abricots. Néanmoins, ces échanges demeurent liés à l'activité de mise en marché, et ne portent pas sur la production et la gestion de l'exploitation.

Enfin, l'adhésion à une coopérative reconnue OP permet au producteur de bénéficier d'aides obtenues par les programmes opérationnels. Ces aides, découplées de la production, peuvent représenter une ressource non négligeable pour les exploitations. Cela peut être des aides à la plantation des vergers, proportionnelles à la surface, versées lors de l'implantation et durant les premières années pour compenser la non production. C'est également des aides à l'hectare certifié en production raisonnée et en Eurepgap[305]. Certes, ces financements sont versés en contrepartie d'orientations productives de l'exploitation, mais le producteur souligne qu'elles ne sont pas négligeables et peuvent peser dans le revenu d'exploitation, notamment pour les mauvaises années.

Ainsi, la commercialisation par les circuits régionaux permet de dégager une marge supérieure dans la mesure où la gamme des débouchés est adaptée à la diversité des calibres et au volume de production de l'exploitation. L'adhésion à une coopérative apporte des services et la garantie d'écouler le volume de production, mais pas de le rémunérer.

b) Un fonctionnement reproductible ?

Quels enseignements apporte cette étude économique à la question des formes de valorisations de la Moyenne Vallée du Rhône ? Répondre à cela nécessite d'abord de discuter la méthode employée, ensuite de replacer cette analyse dans la dynamique de l'exploitation, avant de pouvoir formuler quelques grands enseignements.

La méthode employée est construite sur une connaissance fine de l'exploitation et de ses pratiques de commercialisation. Ainsi, si les indicateurs calculés ne sont pas généralisables, la logique du raisonnement peut être adaptée à chaque exploitation. En effet, les charges sont calculées d'après la localisation des clients, la manière dont le producteur s'organise pour les livraisons, le taux estimé de remplissage du camion par voyage, etc. En ce sens, les chiffres qui en résultent demeurent spécifiques à ce cas particulier. En revanche, il est possible de raisonner le calcul de la marge partielle de mise en marché comme nous l'avons fait ici pour

[305] Dans la coopérative concernée, les aides à la production d'abricots pour l'année 2006 s'élevaient à 228€/ha en production raisonnée et à 342€/ha en certification EurepGap. Ces montants étaient co-financés par le Programme Opérationnel et par la coopérative. Source : compte-rendu d'Assemblée Générale 2006.

d'autres exploitations. Il s'agira alors d'estimer les charges en fonction des exploitations, en identifiant au cas par cas tous les postes qui varient avec les types de débouchés, les équipements utilisés, les pratiques, etc. Certaines exploitations peuvent en effet différencier leurs pratiques de production et de récolte en fonction des circuits de commercialisation (cf chapitre 4), ce qu'il faudra intégrer dans le calcul des charges.

A ce titre, le cas analysé ici ressemble à une exploitation idéale dans laquelle les pratiques de production et de récolte ne sont pas différenciées et la mise en marché hors coopérative bénéficie d'équipements déjà présents pour l'activité castaneïcole (chambre froide, camion). En outre, le producteur a su et pu développer une clientèle géographiquement regroupée, et proche de la coopérative, ce qui lui permet d'optimiser ses voyages de livraisons. Ainsi, les charges de mise en marché supplémentaires pour les débouchés hors coopérative sont restreintes.

En outre, la campagne 2007 qui constitue le cas étudié correspond à une année de faible production, pendant laquelle l'abricot était recherché. Le producteur était donc en position de force pour négocier ses prix, le marché étant demandeur. Néanmoins les cours étaient aussi favorables à la coopérative qu'aux autres débouchés. Cela n'explique donc qu'en faible partie la différence de prix. Ce contexte justifie en revanche l'importante proportion des volumes vendus cette année hors de la coopérative (80%). Le tonnage correspondant est en fait équivalent à celui des autres années, sauf que d'habitude les volumes apportés à la coopérative sont plus élevés. La proportion « habituelle » de vente hors de celle-ci est plus proche de 50% des volumes que de 80%. Mais le cas de l'année 2007, si exceptionnel qu'il soit, illustre le risque que les coopératives perdent leur approvisionnement justement les années où elles en ont le plus besoin. De fait, si en 2007 le producteur a préféré maintenir le volume de ses livraisons hors de la coopérative au détriment de celle-ci, c'est d'une part parce que les débouchés sont plus rémunérateurs, et d'autre part, parce qu'il ne souhaite pas perdre le lien commercial avec ses clients indépendants. Ne pas les approvisionner une année signifie risquer de se faire remplacer définitivement par un autre producteur.

Ainsi, parce que l'exploitation bénéficie de conditions rendant la commercialisation hors coopérative intéressante, et après plusieurs années de relations commerciales avec les mêmes grossistes et détaillants, le producteur a finalement choisi de quitter sa coopérative pour la campagne 2010[306]. Malgré les avantages du système coopératif et l'attachement du producteur à ses valeurs, ce choix entérine la viabilité économique de la commercialisation construite sur l'ensemble des grossistes et détaillants. Cela signifie que la totalité des qualités produites au verger, notamment des calibres, pourra être commercialisée et rémunérée via les débouchés autres que la coopérative. Pour l'exploitation, cette réorientation de la mise en marché nécessite un investissement supplémentaire : l'agrandissement de la chambre froide. En l'état du projet, c'est la seule charge de mise en marché qui devrait augmenter. Par ailleurs, le producteur envisage d'utiliser une marque territoriale existante[307] pour différencier sa production. A condition que ses clients, grossistes et détaillants, se déclarent intéressés par cette démarche, la cotisation devrait lui ajouter quelques centaines d'euros annuels de charge.

En définitive, nous soulignerons deux grands enseignements issus de cet exemple. Le premier concerne l'importance de raisonner la mise en marché à partir d'un volume global de fruits, toutes qualités confondues, issus d'une exploitation. Ceci amène à considérer l'ensemble des débouchés utilisés par l'exploitation comme un équilibre cohérent permettant de valoriser au mieux l'ensemble des fruits, chaque débouché rémunérant particulièrement chaque type de qualité. Ainsi, la réussite du système de commercialisation analysé ici réside dans la

[306] Enquête personnelle, décembre 2009.

[307] Pour des raisons de confidentialité, nous ne la mentionnerons pas.

combinaison de grossistes et détaillants qui permettent de valoriser aussi bien les gros que les petits calibres, ainsi que les gros et les petits volumes.

Le second enseignement souligne l'importance de considérer la notion de temps de travail à l'intérieur de l'exploitation. De fait, la mise en marché par une coopérative a initialement été promue comme une solution pour mutualiser les moyens nécessaires, mais également pour libérer le producteur de ce travail pour qu'il puisse, dès lors, se consacrer à la production (chapitre 2). Cet exemple montre que la différence de marge de mise en marché entre la coopérative et un ensemble d'autres débouchés ne justifie plus le fait que le producteur investisse son temps de travail à la seule production. Economiquement, il est plus intéressant pour lui de partager son temps entre la production et la commercialisation. Pour d'autres exploitations pour lesquelles les conditions de mise en marché hors coopérative seraient peu intéressantes, ce temps pourrait être investi dans d'autres activités potentiellement productrices de revenu pour l'exploitation, comme l'accueil touristique, la transformation ou autre.

Historiquement l'adhésion à une structure collective avait pour objectif de garantir au producteur de pouvoir écouler sa marchandise, d'être payé, d'avoir accès à divers services. Cela est toujours vrai aujourd'hui, le producteur est assuré de cela par un cadre juridique tangible. Pour autant, le travail avec des grossistes ou détaillants privés n'est pas aussi « aventureux » que ce qu'il y parait. Commercialiser la production d'une exploitation auprès de différents opérateurs permet de valoriser l'ensemble des qualités produites. La relation avec ces opérateurs, établie sur la confiance et la durée, engage également des services, des « dépannages ». Elle ne peut perdurer sur des arnaques, que ce soit de la part de l'acheteur ou du producteur. Et d'autant plus aujourd'hui où la production de fruits dans la Moyenne Vallée du Rhône diminue nettement : les grossistes sont à la recherche de fournisseurs. Cette solution commerciale apparaît donc viable, l'ensemble des débouchés (nombre, type, localisation, etc.) étant à élaborer et à adapter à chaque type d'exploitation (structure, localisation, etc.).

Reste un point à souligner concernant la vente à des acheteurs privés, telle que la pratique le producteur étudié ici : le stress et la quantité de travail demandés, à la fois en termes de gestion de la récolte, du conditionnement, de la vente, de la négociation, des livraisons. C'est un paramètre non mesurable économiquement, mais toute personne n'est pas disposée, ni capable, d'assumer cela.

La question du volume de production commercialisable par les circuits régionaux demeure posée. Le producteur concerné ici envisage sérieusement, à l'avenir, de vendre ses 60 t. de production annuelle hors-coopérative. Une autre exploitation, analysée dans le type 4 du chapitre précédent, commercialise entre 1 500 et 2000 t. de fruits par an auprès de détaillants régionaux. A l'échelle d'une exploitation, les volumes absorbables par ces circuits peuvent donc être importants, mais il n'est pas question qu'ils assurent la distribution de la totalité de la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône.

III. La vente directe, une pratique qui favorise la territorialisation ?

L'analyse des 31 exploitations pratiquant la vente directe[308] et des stands de vente de fruits au bord de la route (Figure 40) montre que cette pratique est un phénomène en recrudescence dans la Moyenne Vallée du Rhône. Il bouscule le modèle de production-expédition en s'appuyant sur de nombreuses ressources territoriales.

1. Un phénomène en développement comme alternative aux circuits d'expédition

Le développement de la vente directe s'inscrit chronologiquement comme une solution alternative à la commercialisation par le modèle d'expédition. Il se dégage des entretiens réalisés deux grands groupes d'exploitations, selon les périodes où elles ont développé cette pratique : une tendance ancienne, qui correspondait soit au refus du modèle d'expédition, soit à l'incapacité structurelle de s'y adapter ; et une tendance actuelle qui correspond essentiellement à la recherche de compléments de revenus.

a- Des exploitations aux pratiques anciennes, assumées comme « sortie » du modèle dominant

Les exploitations ayant adopté la vente directe durant les années 1980 et 1990, l'ont développée comme mode central de commercialisation, ou en complément de livraisons aux détaillants régionaux. Cela correspondait à un choix de sortie du modèle d'expédition dominant, du moins c'est ce qui est revendiqué par les producteurs enquêtés. Les motivations peuvent être d'ordre idéologique, lorsque les producteurs n'acceptent pas le modèle de qualité et le fonctionnement imposé par le système d'expédition, comme l'illustre le dialogue suivant qui montre aussi la dimension affective entre l'homme et son métier (souligné par nous dans la citation) :

« *Mr : En coopérative, oui, parce que c'était la facilité, on ne voulait pas investir vu le coût des frigos. Le tonnage n'était pas important, donc ça a bien marché pendant quelques années et après il y a eu aussi la crise arboricole et il y avait aussi le problème que tout le monde disait : « on mange des fruits qui sont durs » et nous ça nous faisait réagir parce que on savait très bien pourquoi ils étaient durs, on les ramassait trop tôt. Dans la tête ça allait plus.*

Me : On pouvait plus travailler comme ça.

Mr : À l'époque on faisait du retrait, l'agriculteur jetait les fruits et ce qu'on jetait c'était les meilleurs. On nous demandait d'enlever les murs, ceux qui étaient prêts à manger, les plus jolis.

Me : Vous vous rendez compte cette politique, on peut pas continuer à travailler comme ça !

Mr : Et c'est là qu'on s'est orientés vers la vente directe, les gens venaient nous demander : « vous avez pas des fruits mûrs ? » et ils les prenaient dans nos caisses de retrait.

Me : On en revient à un problème plus global, c'est la superproduction. On en vient à produire, produire, produire. Il ne faut plus produire à n'importe quel prix, parce que là c'était du n'importe quoi (ex : les farines animales). Le fruit c'est pareil, on se tue un peu soi-même. »[309]

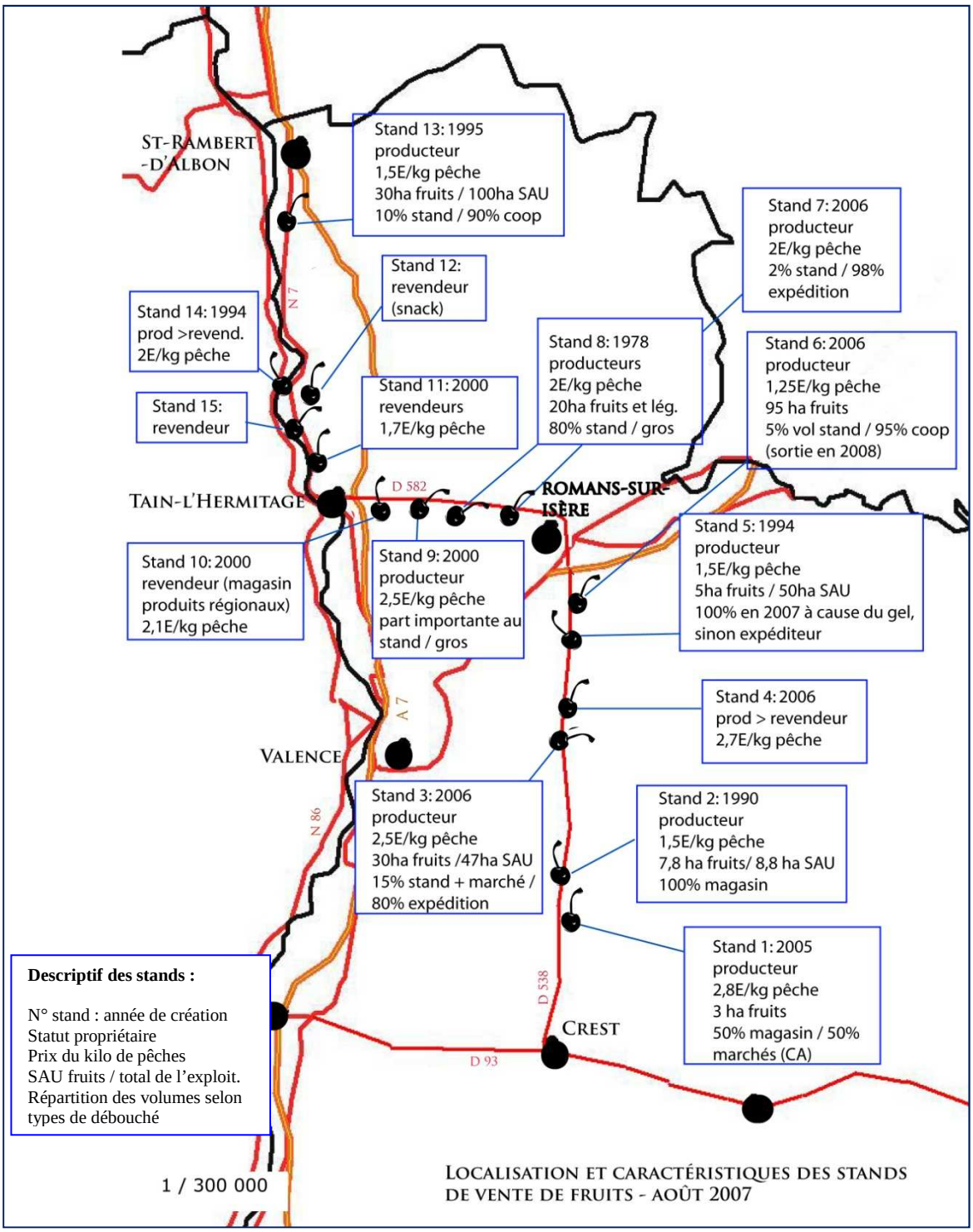
[308] Deux tableaux détaillés présentent les caractéristiques de ces exploitations, en Annexes 12 et 13.

[309] Couple de producteurs pratiquant la vente directe, enquêtés en décembre 2007.

Les motivations peuvent aussi être d'ordre économique, lorsque les exploitations ne peuvent pas évoluer selon le modèle de productivité. La vente directe ou sur les circuits régionaux est alors choisie comme l'alternative opposée à l'augmentation des volumes de production, généralement par impossibilité structurelle d'augmenter la production (manque de surfaces).

Aujourd'hui, ces exploitations ont une stratégie de commercialisation dans laquelle la vente directe est structurante, sinon dominante. Prenons pour exemple les quatre stands de vente directe existant depuis longtemps (Figure 40). Les stands 2 et 8, créés respectivement en 1990 et en 1978, sont tenus par des exploitations qui y vendent la quasi-totalité de leur production. Celle-ci se caractérise par une grande diversité, présentant une large gamme de fruits et de légumes. Les exploitations sont de taille petite à moyenne, l'une ayant 7,8 ha en fruits et légumes, l'autre un peu moins de 20 ha. Les stands 5 et 13, créés en 1994 et 1995, sont tenus par des exploitations dont la vente directe ne représente qu'une partie des volumes commercialisés, le reste étant vendu soit par expédition, soit à une coopérative. Dans un cas, l'exploitation est plutôt à dominante céréalière, avec seulement 5 ha de vergers, alors que dans l'autre, l'arboriculture est dominante, avec 30 ha de vergers. Néanmoins, la vente directe représente une composante importante dans le résultat économique, surtout lors des années difficiles (que ce soit à cause des prix bas ou des aléas climatiques). Ces exploitations ont diversifié leur offre de fruits pour la vente directe : elles proposent une large gamme d'espèces et quelques légumes, et bénéficient aujourd'hui d'une clientèle fidélisée. Les quatre exploitations de ce groupe, contrairement à celles des stands récents, se trouvent plutôt dans une phase de croisière, avec des chefs d'exploitations dont l'âge est compris entre 40 et 50 ans, voire un peu plus de 50 ans. Leurs pratiques de production et de commercialisation sont relativement stabilisées et cohérentes. Il n'en demeure pas moins que le poids de la vente directe dans le résultat économique semble de plus en plus important, surtout pour les deux exploitations qui commercialisent encore une part des volumes en gros. La première déclare même qu'en 2007, année de faible production à cause du gel, la totalité des volumes a été commercialisée au détail. La seconde, bien qu'adhérente à une coopérative, n'envisage pas l'avenir sans un développement supplémentaire des ventes au détail.

Figure 40: Carte des stands de vente de fruits enquêtés en août 2007



Sources : enquêtes personnelles. Réalisation : C. Praly.

Un parcours de 115 km sur les principaux axes de circulation du Nord-Drôme, réalisé le 10 Aout 2007 a permis de repérer 15 stands de vente de fruits (allant de la forme la plus simple – planche et tréteaux – à des magasins raffinés), dont 13 ont été interrogés. Ces stands étaient tenus par 3 revendeurs, 3 producteurs devenus revendeurs, et 9 producteurs. Parmi ceux-ci, 2 sont en coopérative, 2 vendent également sur les marchés forains, 5 vendent en gros et 2 seulement vendent la totalité de leur production sur leur magasin de bord de route.

b- Des exploitations récemment investies dans la vente directe, comme recherche de solution face à un modèle en crise

A partir des années 2000, on observe une généralisation de la pratique de la vente directe, dans une recherche de solution économique complémentaire ou alternative à un modèle qui n'est plus viable.

L'engouement pour ce mode de commercialisation semble significatif. Sur les 13 stands enquêtés, 9 ont été créés après 2000, dont 2 producteurs devenus revendeurs et 1 producteur qui quitte sa coopérative. Sur les 17 producteurs pratiquant la vente directe, 8 le font seulement depuis 2000. Certes, nous n'avons pas pu recenser le phénomène inverse, soit les stands qui existaient et qui ont disparu sur la même période, toutefois, les personnes interrogées sur les stands ont été questionnées sur leur perception de l'évolution actuelle : « est-ce une pratique en augmentation ? » « Sentez-vous la concurrence augmenter ? ». Sur ce point, 7 des 13 personnes déclarent observer de plus en plus de stands, de producteurs et de revendeurs, depuis une dizaine d'années environ. S'il est nécessaire de rester prudent sur l'interprétation de discours souvent influencés par l'actualité, l'ensemble des observations converge néanmoins pour confirmer l'augmentation de la pratique de vente de fruits sur les circuits courts[310].

Cette évolution des pratiques de commercialisation est parfois bien vécue, et d'autres fois subie comme un mal nécessaire qui modifie les projets habituels du modèle de productivité. L'exemple de ce jeune agriculteur, qui a dû revoir son projet initial d'installation, est particulièrement significatif : *« Et la venue d'un jeune sur l'exploitation ben généralement ça se traduit par…ben, faire plus vite, plus loin, plus haut…Mais pour moi ça s'est traduit par un chiffre d'affaires divisé par 2. On a beaucoup arraché, donc depuis cette années, on essaye un petit peu…Notamment pour les abricots, les cerises...la vente en direct quoi. Puis honnêtement, je crois que…Pas trop de monde va vous dire ça, mais si on arrive à retourner comme on était avant, à avoir les surfaces qu'on avait…je sais pas si, si j'arrive à vivre de ma production en gros, je sais pas si je vais me casser…me casser le bonnet on va dire, à faire le «pimpin » à expliquer comment ça marche et comment on fixe les prix quoi. Mais ceci dit, je pense que ça peut être pas inintéressant. C'est vrai qu'on n'est pas non plus de très bons communicateurs dans l'agriculture, et c'est vrai que l'aspect communication et tout, je pense que c'est un plus. »*[311]

Les stands les plus récemment installés illustrent la recherche, parfois tâtonnante, de solutions économiques de la part de producteurs qui jusqu'à présent commercialisaient par les circuits d'expédition (Figure 40). En effet, les stands 3, 4 et 7, ouverts en 2006, correspondent à deux exploitations qui jusqu'à présent expédiaient tout elles-mêmes et une troisième qui était en coopérative. Cette dernière est en cours de cessation d'activité. Devant la baisse des prix et suite à des difficultés climatiques (notamment la grêle de 2006 qui a entraîné le déclassement de sa production), le producteur a préféré se reconvertir dans le métier de revendeur primeur. Il a ouvert un magasin proche de l'agglomération valentinoise et le stand sur le bord de la route lui permet d'écouler de gros volumes de fruits en saison[312]. Le stand 6 a, quant à lui, été ouvert en 2007 par un exploitant qui était également en coopérative, mais qui s'en est désengagé car il était insatisfait des prix, pour assurer lui-même sa commercialisation, un petit peu au détail mais surtout aux primeurs et détaillants régionaux. Ces exploitations présentent

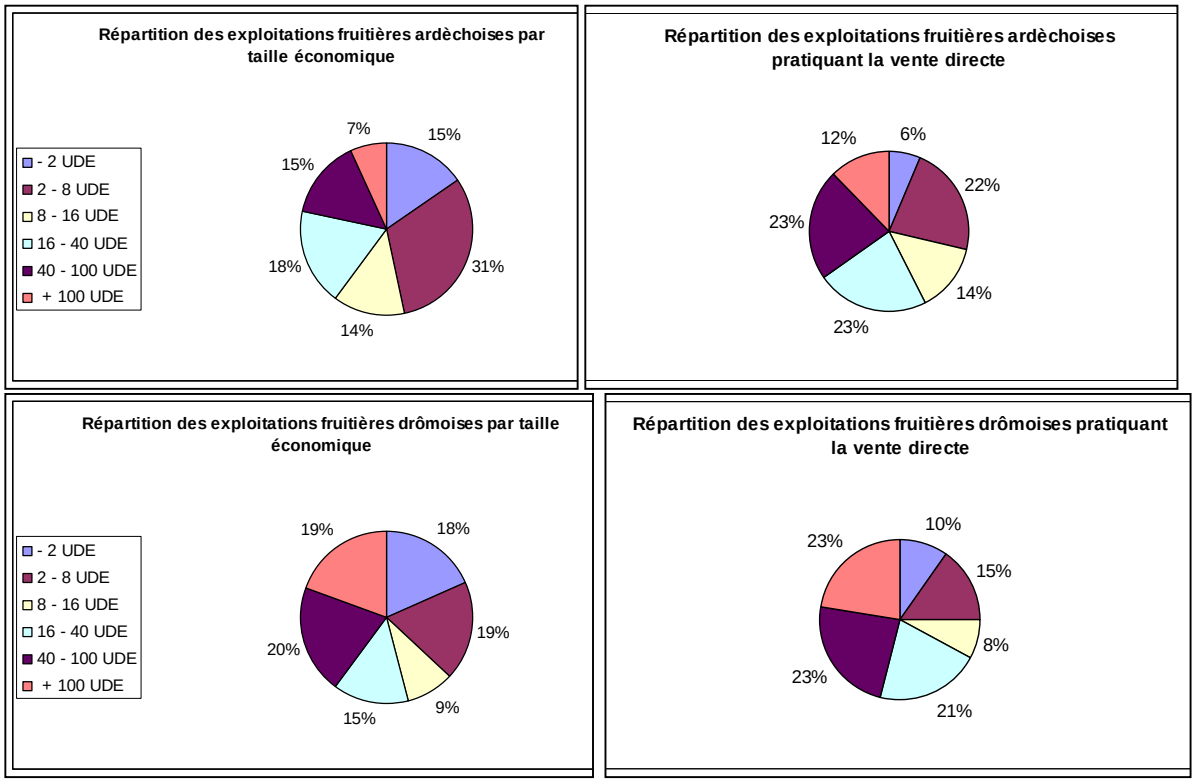
[310] Ce constat a été confirmé par des entretiens avec deux directeurs de coopérative et deux animatrices des OPA, rencontrés en février et mars 2008.

[311] Producteur pratiquant la vente directe, enquêté en décembre 2007.

[312] Au cours du mois de juillet 2007, ce commerçant déclare avoir vendu 2000 petits plateaux de 2 kg et 900 grands plateaux de 4 kg de pêches, soit 7,6t.

des vergers de taille importante (excepté celle qui arrête la production) : de 30 à 95 ha. La pratique de la vente directe apparaît comme un complément permettant de récupérer de la valeur ajoutée et des liquidités nécessaires en ces périodes où prix bas et difficultés sanitaires malmènent l'équilibre économique des exploitations. Les producteurs concernés sont soit des jeunes récemment installés, soit des producteurs préparant la reprise d'un fils. Ce sont donc des exploitations dans une situation de transition délicate, qui ont besoin de relance et de perspectives nouvelles. La vente directe est mobilisée comme une solution de secours, demandant peu d'investissement tout en permettant d'apporter un peu d'oxygène financier le temps de stabiliser le projet d'avenir. La gamme proposée est généralement restreinte aux principales espèces de fruits produites sur les exploitations : pêches, abricots, pommes. Certains producteurs achètent quelques melons et tomates afin de compléter leur offre. Le projet de diversifier les productions est cité. Certains tâtonnent s'essayant à de nouvelles cultures (nouvelles variétés de pommes, légumes, melons), mais les producteurs sont encore incertains quant à leur avenir.

Figure 41 : Comparaison de la répartition des exploitations fruitières selon leur taille économique[313] et leur pratique de la vente directe en Ardèche et en Drôme



Sources : données du RGA 2000 analysées par Patrick Mundler, réalisation C. Praly

Ainsi, il y a une réelle expansion du nombre et du type d'exploitations concernées par la vente directe et sur les circuits régionaux. Si cela concernait auparavant des producteurs qui décidaient de sortir du modèle d'expédition (choix idéologique ou plus pragmatique), cette pratique concerne désormais tout type de producteur, même des jeunes attachés à la logique d'expédition et des exploitations de taille importante. En effet, l'analyse des statistiques départementales montre que plus les exploitations fruitières sont de grande taille économique, plus elles ont tendance à pratiquer la vente directe (Figure 41). Cela contredit le préjugé selon

[313] Sachant que 16 UDE correspondent à seulement 2,6 ha de vergers, 40 UDE valant 6,5 ha et 100 UDE équivalant à 16,4 ha.

lequel cette pratique serait l'apanage des petits producteurs retraités ou pluriactifs. Cette évolution montre que le modèle d'expédition ne suffit plus, à lui seul, à assurer la viabilité d'une grande majorité des exploitations. Les producteurs s'orientent facilement vers la vente directe parce que c'est un mode de commercialisation qui convient particulièrement à la valorisation des spécificités des fruits frais.

2. La proximité producteurs-consommateurs : spécification d'une offre pour la vente directe

Le succès de la vente directe dépend de la capacité des producteurs à proposer une offre différente de celle disponible chez les autres distributeurs. Pour ce faire, les producteurs construisent et maintiennent l'attractivité de leurs étals en élaborant une offre spécifique, adaptée à la demande du marché local. Ces qualités sont permises par la relation directe entre le producteur et les consommateurs.

a) La construction d'une offre spécifique adaptée aux demandes des consommateurs

La principale ressource mobilisée est liée à la proximité producteur-consommateur, une proximité faite de fraîcheur, de service, de confiance. L'analyse détaillée montre que ces trois éléments sont consciemment construits par les producteurs.

i. Les caractéristiques spécifiques de l'offre de proximité

L'offre de fruits proposée par les producteurs en vente directe présente des caractéristiques spécifiques constituant une qualité impossible à trouver dans les autres circuits. Ces caractéristiques sont au nombre de six. C'est d'abord la vente de fruits cueillis à maturité, qui est citée seize fois. Cette caractéristique est véritablement centrale pour beaucoup de producteurs, et conditionne le travail en amont (récolte, gestion des stocks, des écarts de tri). C'est leur principal atout de différenciation par rapport aux fruits proposés dans les circuits de distribution longs, et la plupart des producteurs mentionnent que cela correspond à une réelle demande des clients : « *La maturité, pour un commerce de proximité, de détail, je pense que celui qui ne fait pas ça il n'a pas compris grand chose non plus* »[314].

« *Après en abricot c'est pareil, tous ce qui est abricot et pêche c'est la maturité quoi, contrairement à ce que l'on peut trouver en grande surface ou chez les grossistes. Nous c'est vraiment la plus mûre possible. Et la relation avec le consommateur c'est qu'ils les veulent vraiment mûrs. Après, ça devient même délicat pour nous, à un moment donné on ne peut pas* »[315].

La très grande fraîcheur des fruits est citée par 14 producteurs. C'est souvent le corollaire de la maturité. Cela signifie pour les producteurs interrogés que les fruits sont cueillis le jour même ou la veille (délai très court indispensable pour les fraises et les cerises), ou seulement quelques jours avant la vente (pour les abricots et les pêches).

Une offre diversifiée, intégrant diverses espèces et variétés de fruits, et parfois des légumes, est citée 16 fois. A la diversité spécifique et variétale, s'ajoute une déclinaison des qualités pour une même espèce : des fruits frais premier choix, des seconds choix, des fruits pour la confiture. Cela permet de proposer divers prix, satisfaisant ainsi toutes les demandes.

Les explications données par le producteur constituent une caractéristique citée 11 fois. Ces explications peuvent concerner l'ensemble de ce qui touche au fruit, de la production à sa consommation. Le mode de production, et en particulier ce qui concerne les traitements

[314] Producteur vendeur en vente directe, enquête de 2007.
[315] Productrice vendeuse en vente directe, enquête de 2007.

phytosanitaires, est le thème qui est le plus cité par les producteurs (7 fois). Ils expliquent à leurs clients le principe de la production raisonnée qui est aujourd'hui de plus en plus appliqué, comment se passent les récoltes, et plus généralement : « *J'explique comment vit mon arbre, comment je travaille* ». Cinq producteurs évoquent la question de l'utilisation finale des fruits : « *il faut leur expliquer comment choisir les produits pour telles utilisations, pourquoi ils se conservent pas, le goût de telle variété* ». Certains proposent des recettes. Enfin, les thèmes de la conservation des fruits, de la justification des prix affichés et de l'art de choisir les fruits sont cités deux fois. Un producteur pratiquant la libre-cueillette raconte même qu'il a dû apprendre à ses clients non seulement à choisir un produit mûr, mais également à le cueillir sans abîmer ni le fruit ni la plante. Lors de ces échanges, les producteurs prennent pleinement conscience qu'ils détiennent des connaissances et des savoir-faire qui ne sont pas communs, et qui jusqu'à présent leur semblaient être des évidences.

L'établissement d'une relation de confiance est évoqué par neuf producteurs. Cette relation, fondée sur l'interconnaissance, sur la durée, entre le producteur et le consommateur est jugée rassurante par le producteur : « *Quand on fait un marché il faut toujours être au même endroit et que ce soit la même personne* » Pour certains, le fait d'avoir le magasin à la ferme, que les consommateurs puissent voir les vergers et les serres donne une « *traçabilité maximum* » qui correspond à la demande actuelle. Enfin, certaines relations de confiance vont au-delà du seul objet des fruits pour toucher aux questions personnelles : « *Dire qu'on est peut être des confidents, ils [les consommateurs] parlent de tous les problèmes comme ça sans rien leur demander. C'est parce qu'ils viennent depuis longtemps, mais il y en a qui vont raconter leur vie de famille* ».

Enfin, une relation de convivialité est mentionnée dans neuf cas. Au-delà de la confiance, peut s'établir une interconnaissance, une sympathie entre le producteur-vendeur et les consommateurs. Les discussions sont nombreuses, et débordent largement le thème des fruits : on parle du temps, de l'actualité locale, des nouvelles. "*On connaît les prénoms de tous les petits. On connaît la plupart des noms de familles des gens qui viennent. On sait à peu près où ils habitent. On sait le village. Que cette dame là vient d'Alixan, celle là de Bourg-de-Péage. Oui on se connaît bien* »[316]. Il y a un réel plaisir dans l'échange pour le producteur : « *C'est plus que commercial. Il y a tout un échange. Ça me plait* ». Si certains précisent que les clients venant à la ferme prennent plus le temps de discuter que sur les marchés, un autre décrit ainsi ses relations avec ses clients du marché : *« Oh plus, plus que commerciaux ! Je vous dit pas le nombre de pêchers que je vais tailler dans les jardins ! Il y a presque une camaraderie »*.

La relation nouée avec le producteur n'est pas la même selon que l'acheteur soit habitant ou « de passage ». L'ensemble des producteurs décrivent différemment ce que recherchent ces deux catégories d'acheteurs, le contenu de leurs échanges et de leurs attentes.

ii. Adaptation aux demandes des consommateurs : la construction d'une offre de proximité

Les principaux acheteurs sur les lieux de vente directe sont, d'après les producteurs interrogés, « *les gens du coin* », habitants des villages et agglomérations proches, dont la distance varie entre quelques kilomètres et quelques dizaines de kilomètres. Souvent l'achat coïncide avec un déplacement obligatoire : les gens s'arrêtent en rentrant du travail le soir, ou en allant faire leurs courses au centre commercial le plus proche. Certains producteurs vont au-devant des habitants de leur village en tenant un stand de vente sur la place du village durant la saison. Une autre grande catégorie d'acheteurs est constituée par « *les gens de passage* » : touristes séjournant dans les montagnes de la Drôme ou de l'Ardèche, descendant

[316] Productrice vendeuse en directe, enquête de 2007.

dans le Midi, ou encore les résidents secondaires travaillant dans les agglomérations lyonnaises ou grenobloises et qui reviennent passer les week-ends et les vacances dans leur « pays d'origine », la Drôme ou l'Ardèche. Nous ne sommes pas en mesure d'évaluer le poids respectif de chacune de ces catégories d'acheteurs. Le discours dominant des producteurs donne la tendance suivante [317] : pour les stands et magasins situés le long des routes, la clientèle se partage pour moitié entre les habitants et les acheteurs « de passage » ; pour la vente à la ferme éloignée de la route, la clientèle est essentiellement composée d'habitants. Les gens « de passage » s'arrêtent donc à ce qui est visible depuis la route principale. En outre, certains producteurs vont chercher spécialement la clientèle estivale sur les marchés festifs de l'été, ou sur les foires des espaces touristiques comme les Baronnies ou le Vercors.

Lorsqu'il s'agit des habitants, une grande importance est donnée à l'adaptation de l'offre à la demande. Et cette demande peut être pointue dans ce bassin de production ancien, où l'on trouve encore une bonne connaissance des fruits et de leurs différents usages. Ainsi, les producteurs vont essayer de se démarquer de leurs voisins en proposant les quatre couleurs de pêches tout au long de la saison (ce qui nécessite une bonne trentaine de variétés au moins), en développant une gamme de fruits et parfois de légumes d'été, en vendant des fruits les plus mûrs et les plus frais possible[318]. Les lieux de vente qui fonctionnent très bien ont une approche commerciale avancée : telle productrice a conservé des variétés de pêches jaunes spécialement adaptées pour les conserves, tel autre fait évoluer son verger en fonction des commentaires des clients, et souvent, les vendeurs composent des plateaux à la demande, associant des pêches de maturités différentes pour pouvoir échelonner la consommation sur quelques jours. Cette offre qui propose une grande diversité de produits et de qualités, parmi laquelle les clients composent presque à la carte selon les usages qu'ils souhaitent faire des fruits, ne se retrouve chez aucun autre distributeur. Le second critère qui semble très important pour les habitants est d'avoir une relation directe avec le producteur ou sa famille. Les producteurs évoquent tous l'impératif non seulement de montrer que les produits proviennent de l'exploitation agricole, mais également que la vente soit assurée par un membre de la famille de l'exploitant : le producteur, son épouse, les parents ou les enfants… mais pas par un salarié. Ils sont en revanche incapables d'expliquer pourquoi les acheteurs sont si attachés à ce lien direct au producteur. Une productrice-vendeuse explique : « *la même chose que ça sans être producteur, je crois que ça marcherait moins bien. Je sais pas si j'ai raison… parce que les gens ils veulent voir le producteur. Ils ont jamais vu le tracteur, mais ils voient la salle d'emballage, ils voient les gens travailler, ils savent que c'est pas de la revente* ». On peut supposer que c'est lié à la recherche de produits très frais, donc provenant directement de l'exploitation sans manipulation et transport supplémentaires. Cela semble se vérifier dans le cas d'un magasin individuel de producteur qui propose, en plus de ses propres productions, une gamme de fruits et légumes. Le vendeur souligne l'importance qu'accordent les acheteurs à l'origine locale des produits : « *ils regardent l'origine, si c'est produit dans la Drôme ou proche d'ici, et ils regardent les prix. Ils ne font pas attention aux catégories (I ou II) ou aux labels* ». Finalement, pour la vente aux habitants locaux, ce qui fait ressource est la capacité des producteurs à proposer une offre fondée sur la variété (des espèces, des variétés, des qualités pour divers usages), la maturité et la fraîcheur, impossible à trouver chez un autre distributeur. Si certains acheteurs recherchent également des prix bas ou au moins équivalents à ceux des grandes surfaces, ce producteur témoigne que d'autres acceptent de payer plus cher

[317] Une enquête quantitative serait nécessaire pour estimer mieux la structure de la clientèle. L'estimation, aux dires des producteurs rencontrés, donne une tendance qui nous semble suffisante pour la compréhension de la pratique et de la relation qui se noue entre le vendeur et l'acheteur.

[318] On a décrit, dans le chapitre précédent, que certaines exploitations qui pratiquaient la vente directe faisaient récolter les fruits destinés à cette commercialisation par un employé spécialisé, à un degré de maturité supérieur à celui de la récolte pour l'expédition.

pour une telle offre : « *ils sont beaucoup moins regardants au niveau du prix, parce qu'ils trouvent le produit qui correspond à leur désir* ».

Lorsque les acheteurs sont des touristes de passage dans la Moyenne Vallée du Rhône, l'achat de fruits au bord de la route revêt une dimension rituelle et symbolique particulière. C'est l'étape à l'aller et au retour sur la route des vacances. Les fruits mangés pendant le séjour, puis les quelques jours suivant le retour, gardent le goût des vacances, la connotation de soleil, d'été, de bons souvenirs. Les producteurs évoquent des familles qui s'arrêtent prendre des fruits chaque année depuis parfois deux à trois générations. Une dimension affective forte s'ajoute à la transaction commerciale : « *Et beaucoup les gens de passage : les gens de Grenoble, de Lyon, ils s'arrêtent quand ils reviennent d'avoir passé le week-end en Ardèche. Ils prennent de la pêche quand ils montent le samedi pour le week-end, et le dimanche quand ils redescendent ils en reprennent pour la semaine chez eux. Il y a des gens qui viennent depuis très très longtemps ! Ma belle-mère elle a servi les parents, et puis moi je sers les enfants ! C'est rigolo parce que malgré les générations, les familles s'arrêtent quand même. Ils ont eu l'habitude de s'arrêter soit avec les parents, soit avec les grands-parents, et les jeunes s'arrêtent aussi* »[319]. Une autre attente des acheteurs de passage relève de la pédagogie. Contrairement aux habitants, ils ne connaissent souvent pas très bien les fruits, et demandent des explications sur les variétés, sur les modes de culture, et des conseils sur les modes de consommation. Ainsi, certains producteurs n'hésitent pas à faire goûter leurs fruits. Enfin, la localisation le long de principaux axes de circulation constitue un atout important pour la vente aux gens de passage.

En définitive, ce qui fait ressource dans la vente aux habitants relève d'une offre adaptée à une demande spécifique de fruits frais et bons ; alors que dans la vente aux gens de passage les dimensions affective, symbolique, ainsi que pédagogique prennent plus d'importance. Le prix, qui n'est pas mentionné ici, demeure toutefois une donnée essentielle. Les producteurs s'accordent à dire qu'il y a deux types de consommateurs. Le premier, minoritaire, concerne ceux qui recherchent un prix bas, donc des fruits de second choix, pour la transformation ou en grandes quantités. Le second rassemble la majorité des consommateurs. Ce sont ceux qui recherchent un meilleur rapport qualité-prix qu'en grande distribution, c'est-à-dire des fruits mûrs et frais à un prix ne dépassant pas celui des grandes surfaces.

Ainsi, cette offre de qualité spécifique est réalisable grâce à la proximité physique entre le producteur et le consommateur. Les producteurs utilisent deux moyens pour rendre possible cette proximité physique. La majorité mobilise la proximité géographique, c'est-à-dire que le stand, ou la ferme où est proposée la vente directe sont situés au bord d'un axe de circulation important, ce qui en facilite la visibilité et l'accès pour les consommateurs. D'autre part, huit producteurs, à défaut de ne pouvoir bénéficier d'une localisation favorable, ou ne souhaitant pas recevoir de public sur leur ferme, ont construit une proximité organisationnelle. Le producteur s'organise pour se rapprocher du consommateur : par la participation à des marchés forains, par la vente sur Internet, par des affiches, par des livraisons.

Quelle que soit la proximité mobilisée, les producteurs vendant en direct attirent une clientèle sensible à cette offre particulière. En retour, pour eux, des avantages économiques contribuent à la viabilité des exploitations.

[319] Productrice pratiquant la vente directe, enquête de 2006.

b) Viabilité des exploitations renforcée par la proximité producteur-consommateur

La vente réalisée directement par le producteur au consommateur apporte des avantages économiques favorables à la viabilité des exploitations. Les différents déterminants de cette viabilité économique sont détaillés ici selon leur ordre d'importance :

- « Prix » : la vente directe permet de vendre à des prix plus élevés que la vente en gros, donc d'obtenir plus de valeur ajoutée pour un même produit. Cet avantage est de loin le plus mentionné, cité seize fois, par tous les types de producteurs, quelles que soient leurs motivations.
- « Valorise le hors-standard» : la vente directe permet de vendre des fruits qui ne seraient pas acceptés sur les circuits d'expédition, ou seraient payés à des prix très bas. Cet avantage est important, cité neuf fois de manière constante par tous les types de producteurs, quelles que soient leurs motivations.
- « Trésorerie » : la vente directe permet d'être payé immédiatement, de faire rentrer de la trésorerie pour payer les charges en cours, alors que bien souvent par les circuits d'expédition les délais de paiement sont de plusieurs mois. Cet avantage est cité six fois. On reconnaît ici une critique explicite du fonctionnement du système d'expédition.

Par ailleurs, des avantages d'ordre psycho-sociaux sont mentionnés par les producteurs. La vente directe, en participant à une revalorisation du métier d'arboriculteur, leur confère une motivation nouvelle pour maintenir leur exploitation :

- « Satisfaction personnelle » : la vente directe procure des avantages de l'ordre du bien-être, de la motivation personnelle. Pour certains producteurs, c'est lié à la reconnaissance qu'ils reçoivent de la part des clients pour la qualité de leurs produits, et ainsi pour leur travail. Ils évoquent leur fierté lorsque les gens se régalent des fruits devant eux, avant de reprendre la voiture, ou lorsqu'ils reçoivent des compliments la semaine ou l'année suivante. Ils apprécient également de pouvoir expliquer la complexité de leur métier, et se défendre de certaines attaques devenues des lieux communs (« agriculteurs pollueurs »). Cela participe de leur motivation à exercer leur métier. Pour d'autres, c'est lié aux nombreuses rencontres faites lors de la vente, qui permet également de « *sortir de l'exploitation* »[320] (par des discussions diverses, par les déplacements sur des marchés). Certains évoquent un « *besoin psychologique* »[321], pour compenser l'isolement et la relative solitude du travail de production. Cet avantage, bien que ne rentrant pas dans le bilan économique, est également important, cité huit fois.
- « Connaissance des consommateurs » : la vente directe permet, par les discussions avec les consommateurs, de mieux connaître leurs demandes, leurs attentes, le marché. Cette connaissance permet aux producteurs d'adapter leur production (variétés, maturité, qualité, pratiques phytosanitaires, volumes) pour un objectif plus concret et plus justifié que les exigences parfois aberrantes des cahiers des charges de la grande distribution ou des référentiels internationaux. Par le lien aux consommateurs, les producteurs redécouvrent non seulement un marché, mais un marché auquel ils adhèrent par la même conception de la qualité des fruits. Certains l'expriment ainsi : « *ça réapprend à travailler* ». Cet avantage est de tous le moins cité, sept fois.

Enfin, un dernier avantage est cité une fois seulement. C'est ce qui concerne les liquidités pourvues par la vente directe, dont une partie peut ne pas être déclarée. Si cet aspect est vrai

[320] Producteur pratiquant la vente directe, enquête de 2007.
[321] Producteur pratiquant la vente directe, enquête de 2006.

pour tous, il est difficile de l'évaluer. Certains confirment effectivement l'intérêt de la vente directe « *pour les vacances* »[322], mais la plupart soulignent qu'ils déclarent cette pratique puisqu'elle est visible.

Finalement, par la construction d'une offre spécifique permise par la proximité production-consommation, les exploitations améliorent les conditions de leur viabilité. L'offre n'est pas uniquement constituée des fruits et de leurs caractéristiques intrinsèques (maturité, fraîcheur), mais également d'un service (gamme, explications) et d'une dimension relationnelle de l'échange marchand (confiance, convivialité). Cette offre, co-construite par les échanges répétés entre le producteur et ses consommateurs, constitue donc une caractéristique spécifique des fruits vendus par vente directe. Les exploitations commencent peu à peu à mobiliser des attributs territoriaux pour communiquer et spécifier davantage encore leur offre de vente directe.

3. Mobilisation progressive des liens au territoire comme ressources différenciatives

Comment les producteurs pratiquant la vente directe communiquent-ils sur leur offre ? Mettent-ils en avant des attributs territoriaux ? L'observation des lieux de vente, stands et magasins de producteurs, montre que la référence au « *producteur* » est presque unanime, alors que, secondairement et plus rarement, d'autres attributs issus des liens entre arboriculture et territoire sont revendiqués.

a) La suprématie de la référence au « *producteur* »

Presque toutes les situations de vente directe observées mettent en avant la provenance directe « *du producteur* ». Que ce soit par des panneaux, par le logo « Bienvenu à la Ferme », en laissant voir la salle d'emballage ou les vergers, ou encore en proposant des visites de l'exploitation, on assiste à une véritable surenchère de communication visant à prouver que le vendeur est bien producteur (Photo 16, Photo 17 et Photo 18). Il s'agit de se démarquer des revendeurs, et ainsi de garantir que les fruits proposés présentent les caractéristiques spécifiques d'une offre de vente directe (maturité, goût, fraîcheur, gamme, conseils, etc.). En effet, ces diverses caractéristiques sont difficile à rendre visible pour le consommateur. Excepté un point de vente où est affiché « *fruits mûrs sur l'arbre* » (Photo 19), les producteurs communiquent uniquement à l'oral sur ces éléments, lorsque le consommateur est déjà arrêté devant le stand, et souvent même, seulement s'il pose des questions. La mention « *producteur* » est ainsi utilisée comme un signe synthétisant l'ensemble des qualités liées à la vente directe de fruits, et constitue le principal gage de confiance et d'attractivité donné aux consommateurs.

Quelques références à une provenance locale sont parfois utilisées en plus, bien que beaucoup moins systématiquement, comme la mention « *fruits du pays* » sur un panneau, ou encore « *du terroir* », et enfin l'utilisation d'une image emblématique d'un lieu, comme la Tour de Crest qui est dessinée sur le magasin du même nom, « Les Vergers de la Tour ». L'important est ainsi de dire que les fruits proviennent d'un producteur, l'ancrage dans un local que l'on nomme rarement est alors presque superflu, sauf lorsque des images ou hauts lieux incarnent facilement cette localité.

D'autre part, le nom géographique de la provenance est utilisé par les producteurs qui vont vendre sur des marchés à l'extérieur du bassin de production, en Savoie, en Haute-Loire, dans

[322] Producteur pratiquant la vente directe, enquête de 2007.

le Jura. Dans ce cas, les mentions « *fruits de la Drôme* » ou « *de l'Ardèche* » prennent de l'intérêt et une valeur positive.

Enfin, dans deux cas on trouve une référence explicite à la provenance des productions lorsque le lien direct entre producteur et consommateur est rompu : le nom est mentionné soit sur l'étiquette des jus de fruits (« Nect'Ardéchois »), soit la provenance départementale est précisée sur l'étalage d'un magasin de producteur. Ces deux cas correspondent à des situations limites de vente directe, étant donné que les jus de fruits cités sont également vendus à des distributeurs régionaux, et que le magasin propose des fruits et légumes provenant d'autres producteurs locaux.

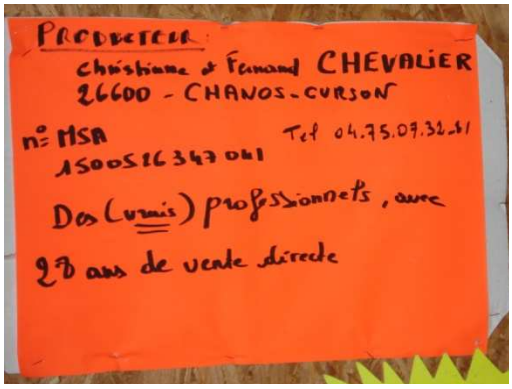
Photo 16: Magasin de producteur, en bord de route

Cliché C. Praly, août 2007.

Photo 17: Stand de vente directe de producteur

Cliché C. Praly, août 2007.

Photo 18: Panneau affiché à l'intérieur d'un magasin de producteur



Cliché C. Praly, août 2007.

Photo 19: Panneau à l'entrée d'un magasin de producteur

Cliché C. Praly, août 2007.

Si la mention du « *producteur* » constitue un gage de confiance et de qualité spécifique, le besoin de préciser la provenance géographique intervient dans des situations où le lien direct entre production et consommateurs est distendu, soit géographiquement (vente hors du bassin de production), soit parce qu'il y a un revendeur. Ces références au producteur et à la provenance, communément utilisées, sont parfois complétées par d'autres valeurs liées au territoire.

b) Autres attributs du territoire pour différencier l'offre et renforcer son attractivité

Pour se différencier des autres ou renforcer leur attractivité, les producteurs pratiquant la vente directe mettent en avant d'autres attributs territoriaux. Les ressources mobilisées pour différencier l'offre font référence aux dimensions historiques, paysagères, et patrimoniales de l'arboriculture. Ainsi, la référence à l'ancienneté de la production fruitière se retrouve dans certains petits magasins de producteur par l'affichage de vieilles photos prises dans les vergers, en noir et blanc, exposées telle une garantie d'un savoir-faire ancien et de fruits au bon goût d'antan. La limite est ténue entre la recherche d'ancrage historique et la mise en patrimoine de ces vieilles photos, parfois assorties d'accessoires anciens comme les mussy[323] ou de vieux outils. La patrimonialisation de l'offre de fruits passe également par la participation de quelques producteurs à des évènements « agriculturels », comme des marchés de terroir, des foires de produits locaux et artisanaux organisées en été dans les lieux touristiques de la Drôme et de l'Ardèche. La mobilisation de l'image d'un patrimoine local emblématique, comme la Tour de Crest ou des villages perchés, participe également de la dynamique de patrimonialisation de l'offre de fruits locaux. Enfin, deux exploitations différencient leurs offres grâce à des variétés locales. L'une met en avant une gamme de pêches sanguines et pêches de vigne. L'autre a replanté six variétés de pêches qui étaient cultivées avant la Seconde Guerre mondiale[324]. Ce cas de plantation de variétés anciennes pour la commercialisation semble être pionnier en Moyenne Vallée du Rhône[325]. Il a fait l'objet d'un article dans le Dauphiné Libéré lors de la première récolte en 2005, ce qui montre bien la signification locale de l'évènement. Ainsi, les dimensions historiques et patrimoniales de l'arboriculture fruitière constituent des ressources nouvellement mobilisées pour ajouter une valeur cognitive à l'offre de fruits. De manière le plus souvent inconsciente, parfois davantage dans une démarche de communication et d'attractivité réfléchie, cela témoigne d'un début de patrimonialisation des fruits. Les pêches surtout, mais également les abricots et les cerises, deviennent des produits anciens, ancrés dans l'histoire locale, dont l'ancienneté des savoir-faire garantit une saveur particulière.

Pour renforcer l'attractivité de cette offre et pour faire venir les acheteurs sur les lieux de vente, des synergies sont construites ave le tourisme et les autres productions locales. Les flux de touristes qui s'arrêtent ou traversent seulement la Moyenne Vallée du Rhône sont captés par certains producteurs, soit de manière passive grâce à la localisation de leurs points de vente au bord des principaux axes de passage, soit par le déplacement du producteur sur les lieux touristiques ou lors de manifestations importantes (comme lors de l'Ardéchoise, course cycliste qui draine des milliers de personnes). Un seul producteur travaille avec les offices du tourisme locaux, ce qui est à relier à une activité d'hébergement sur l'exploitation.

Ensuite, l'insertion des fruits dans une offre rassemblant toute une gamme de produits locaux est une stratégie développée selon plusieurs configurations. Il peut y avoir élaboration effective de la gamme vendue sur place. C'est le cas des magasins de producteur qui fonctionnent soit par un système de dépôt-vente, soit par l'achat-revente de produits venant d'autres exploitations. L'enjeu est de proposer à la fois des fruits et légumes frais, mais également des fromages, des charcuteries, des boissons et vins, et les principaux produits emblématiques de la région (plantes aromatiques dans la Drôme, fromages de chèvres,

[323] Petite cagette de récolte et de transport des pêches utilisée jusqu'à la normalisation de 1962.

[324] Le producteur affirme en avoir eu l'idée suite aux nombreuses demandes et réflexions des consommateurs locaux, qui évoquent toujours le bon goût des pêches de leur enfance. Lui également, fils et petit-fils d'arboriculteur, avait envie de retrouver les pêches de ses grands-parents.

[325] Du moins c'était le cas au moment de la fin de nos enquêtes systématiques, fin 2006. Depuis, l'idée a peut-être fait des émules, ou d'autres ont eu la même. Nous avons eu connaissance d'un cas de plantation de quelques pêchers de variétés anciennes destinées à la vente directe à Bougé-Chambalud, lors de nos enquêtes menées en 2007.

produits de la châtaigne en Ardèche). Les produits sont choisis par le producteur, ce qui le conduit à prospecter un peu au hasard et par interconnaissances auprès des autres producteurs locaux. Au lieu de regrouper l'offre sur le lieu de vente, la gamme multi-produits peut également être construite virtuellement, par l'insertion de l'exploitation dans un réseau de producteurs de tous produits. Cette mise en réseau peut être ponctuelle, par la participation à des évènements comme « De Ferme en Ferme »[326] ou des marchés de producteurs et d'artisans. Elle peut aussi être plus pérenne et formalisée, par la participation à des réseaux institutionnalisés de vente directe. C'est le cas du réseau « Bienvenue à la Ferme », auquel adhèrent deux exploitations de notre échantillon. Pour les producteurs, ce label apporte un triple avantage : d'abord il garantit une qualité collective et une origine fermière des produits ; ensuite il permet d'intégrer la production fruitière dans une gamme élargie plus attractive ; enfin, il offre une mutualisation des moyens de communication. Néanmoins, l'absence de contrôle du respect de la charte fait qu'il peut y avoir des pratiques de revente, ce qui risque de décrédibiliser l'ensemble du réseau. Parallèlement au réseau « Bienvenue à la Ferme », piloté par les Chambres d'agriculture et d'envergure nationale, d'autres réseaux locaux existent, comme l'association des « Fermiers Artisans de l'Ay au Doux ». Celle-ci rassemble des producteurs fermiers et des artisans situés en Ardèche entre la vallée de l'Ay et celle du Doux. L'objet est de former une gamme de produits qui sont valorisés lors de marchés dits des « Fermiers Artisans de l'Ay au Doux ». Si « Bienvenue à la Ferme » est ouvert à tout producteur satisfaisant la charte, l'association des « Fermiers Artisans » ne compte qu'un seul producteur pour chaque type de produit, afin d'interdire la concurrence interne au réseau.

On a donc deux formes d'organisation très différentes. La première relève plutôt d'une construction institutionnelle souple, l'objectif étant de rassembler le plus de producteurs possibles et d'être visible à l'échelle nationale, il n'y a pas de lien particulier avec la Moyenne Vallée du Rhône. La seconde constitue une initiative portée par un groupe d'acteurs locaux, identifiés à un territoire particulier qui délimite l'ampleur de leur action. Le fonctionnement type club, avec restriction à l'entrée, permet de maintenir une rente pour les producteurs et artisans membres de l'association.

La recherche d'autres produits locaux pour compléter la gamme de fruits ainsi que les quelques liens avec les réseaux touristiques contribuent à l'ouverture des réseaux territoriaux des arboriculteurs. Les liens entre secteurs de production agricole et non agricole sont renforcés, les arboriculteurs rencontrent ainsi davantage les producteurs de fromages, de charcuteries, de miel, de légumes, etc.

Les ressources mobilisées pour différencier l'offre de fruits en vente directe sont principalement des références implicites à une provenance « locale », dont le « *producteur* » est le meilleur gage de qualité et de confiance. Si la présence d'un haut lieu ou d'un patrimoine symbolique peut parfois incarner ce « local », il n'est généralement pas nommé, sauf si le lien entre producteur, lieu de production et consommateur est distendu (vente à l'extérieur du bassin, vente à des revendeurs). Par ailleurs, les dimensions historiques, paysagères et patrimoniales de l'arboriculture sont parfois revendiquées pour apporter une valeur symbolique supplémentaire aux fruits. Le tourisme et les autres productions locales sont également des ressources territoriales utilisées pour renforcer l'attractivité de l'offre pour les consommateurs.

[326] Evènement organisé par les CIVAM départementaux. Un week-end par an, les producteurs qui le souhaitent ouvrent leur exploitation au public, proposent des visites, des dégustations, parfois des ventes sur place. Cet évènement, qui se déroule durant le mois d'avril, rencontre un très grand succès dans la Drôme et dans l'Ardèche, avec la participation de plusieurs dizaines d'exploitations et de plusieurs milliers de visiteurs.

Parmi l'ensemble des pratiques de commercialisation analysées, c'est ainsi la vente directe qui mobilise le plus grand nombre et la plus grande diversité de ressources différenciatives liées au territoire. S'il n'y a pas de répartition des types de ressources mobilisées en fonction des formes de vente directe, ce sont toutefois les ventes sédentaires (à la ferme, au bord de la route, dans un magasin individuel) qui en présente la plus grande diversité. C'est certainement lié au fait que ces structures offrent un support de communication relativement pérenne, plus facile à aménager pour le producteur qu'un stand sur un marché forain.

Ainsi, la vente directe aux consommateurs est une pratique qui modifie la nature des rapports au territoire de l'exploitation. D'une part, elle s'émancipe du bassin de production-expédition, en quittant les organisations commerciales astreignantes pour n'avoir recours qu'à ses formes les plus libres et flexibles comme les marchés de production. D'autre part, elle s'ancre dans une temporalité, dans une culture, dans un territoire fait d'autres productions et d'autres activités économiques comme le tourisme. Ce territoire est le « pays », l'espace identitaire, celui que l'on peut nommer et qui présente d'autres productions emblématiques, ou encore le territoire administratif lorsqu'il s'agit de travailler avec les institutions touristiques locales. La recherche d'attributs de différenciation ainsi que les échanges avec les consommateurs conduisent donc les producteurs à changer leur regard sur l'espace et les paysages qui les entourent et à s'interroger sur la place de l'arboriculture dans ceux-ci (Praly, 2007). Ainsi, la vente directe contribue non seulement à relocaliser la distribution des fruits dans la Moyenne Vallée du Rhône, mais amorce également une territorialisation des producteurs et des exploitations. Ce mouvement demeure émergent.

4. Des limites au développement difficiles à surmonter sans une dimension collective

Le développement de la vente directe est entravé par des contraintes organisationnelles qui amènent spontanément à rechercher des solutions par l'organisation collective.

a) Contraintes organisationnelles : temps de travail, accessibilité, variation des volumes

La vente directe nécessite une importante charge de travail supplémentaire, qui recouvre différentes étapes. Au niveau de la vente, ce sont : l'astreinte de la vente, qui souvent ne peut être assurée que par le producteur ou un membre de sa famille ; les déplacements importants pour la vente sur les marchés et les foires ; le travail de tri et de présentation des produits pour l'étal. Au niveau de la production, le travail peut également être amplifié pour ceux qui élaborent une offre spécifique pour la vente directe : récolte à part des fruits mûrs par le producteur, formation de cueilleurs dédiés à la récolte des fruits mûrs, plantation et culture de légumes et diversification des variétés de fruits pour élargir la gamme. Le critère temps de travail est donc le principal facteur limitant, d'autant que pour les fruits frais, la vente intervient en même temps que la récolte, qui est déjà une période critique en termes de charge de travail. Certains producteurs et productrices interviewés évoquent d'ailleurs une fatigue, un stress important lié à cette période critique, qui empiète sur leur vie de famille et peut même causer des problèmes de santé.

L'accessibilité entre l'offre et le demande influence le développement de la vente directe dans certains espaces de la Moyenne Vallée du Rhône. Les exploitations situées à proximité de lieux de consommation, comme les centres urbains et les routes importantes, bénéficient d'un accès rapide aux consommateurs, mais subissent en retour la concurrence du marché local, comme l'illustre la densité des stands de vente de fruits le long des principaux axes de circulation (Figure 40). Pour les exploitations situées plus en retrait, comme dans les piémonts ruraux, les producteurs sont obligés de se déplacer davantage pour approcher les

consommateurs, mais bénéficient également du climat moins concurrentiel de ces espaces. Par ailleurs, la contrainte liée à l'accessibilité n'est pas propre à la vente directe. Elle se pose également pour l'accès aux circuits d'expédition, dont la majorité des opérateurs est située au cœur de la vallée. Ainsi, pour les producteurs interrogés, l'accessibilité aux consommateurs apparaît plus comme un facteur d'orientation vers telle ou telle modalité de vente directe que comme une contrainte au développement de cette pratique.

L'imprévisibilité des ventes en direct est également une contrainte mentionnée, contrairement aux circuits d'expédition où l'on est presque sûr d'écouler les volumes (mais sans savoir le prix). Les producteurs doivent apprendre à gérer cette incertitude, être souples et réactifs pour ne pas jeter de marchandise. Cela s'apprend relativement rapidement, les seuls qui évoquent cet aspect étant des « jeunes » pratiquant de la vente directe. Les plus expérimentés expliquent volontiers leurs méthodes pour pallier à cet aléa. Certains incitent les clients à passer des commandes à l'avance, ainsi ils peuvent récolter et préparer les lots en fonction. D'autres notent toutes leurs ventes, ainsi ils évaluent les volumes demandés et s'adaptent d'une année sur l'autre. Enfin, pour la plupart, la règle est de produire toujours un peu plus que le nécessaire, pour être sûr de servir la vente au détail, et le surplus est vendu sur les marchés de production.

La transformation est également un moyen de réguler les ventes en directe, d'étaler l'offre hors saison et de ne pas perdre les fruits invendus. Les équipements et les savoir-faire nécessaires font néanmoins défaut. Si quelques solutions locales existent, comme l'ouverture d'un atelier de fabrication de jus par une coopérative à la demande de ses adhérents (Rhodacoop), ou la création d'un atelier associatif en Ardèche (Nect'Ardéchois), la plupart des producteurs travaillent avec des industriels plus éloignés, dans les départements de l'Isère et du Rhône.

Le temps de travail supplémentaire exigé par la vente directe, difficile à déléguer hors de la famille, constitue le principal facteur limitant cette activité. Cela est renforcé par la dimension individuelle de cette pratique.

b) Vente directe et organisation collective ?

La vente directe demeure une pratique individuelle, développée en marge des organisations du système d'expédition. Si le besoin de mutualiser les moyens de la vente est exprimé, les producteurs sont peu disposés à s'impliquer dans des organisations collectives lourdes.

En effet, sur l'ensemble des 31 exploitations interrogées à ce sujet, une seule est membre d'un point de vente collectif (Bougé-Chambalud) et sept adhèrent à un réseau formel de promotion de la vente directe. Parmi celles-ci, deux participent à un site Internet collectif[327], trois à l'évènement « de Ferme en Ferme » et quatre adhèrent au réseau « Bienvenue à la Ferme ». Le peu d'implication des arboriculteurs dans ces réseaux, pourtant souples, s'explique par trois principales raisons. D'abord, ces réseaux sont relativement récents[328], et la plupart des producteurs qui ont développé leur vente directe antérieurement estiment ne pas en avoir besoin aujourd'hui, d'autant qu'ils sont attachés à leur indépendance et craignent également de nouvelles contraintes. Ensuite, beaucoup de producteurs ne leur accordent que peu d'intérêt commercial et ne préfèrent pas payer une quelconque adhésion. Enfin, et c'est la raison la plus souvent énoncée, beaucoup déclarent ne pas avoir pris le temps de se renseigner sur le fonctionnement et un éventuel intérêt de ces outils.

[327] Le site producteursducoin.com, créé durant l'hiver 2007/08, rassemble des producteurs de la région valentinoise qui proposent leurs produits en ligne. Les consommateurs passent commande sur le site, et une livraison hebdomadaire est organisée chez l'un des producteurs adhérant au site, à Châteauneuf-sur-Isère.

[328] L'évènement « De Ferme en Ferme » a été initié en 1993 par des agriculteurs de la Drôme des Collines. La marque « Bienvenue à la Ferme » existe depuis 1988, déposée par l'APCA.

Par ailleurs, plusieurs producteurs enquêtés évoquent des projets d'organisation collective visant à améliorer les conditions de vente[329]: ouverture d'un magasin de produits régionaux en partenariat avec la commune de Bougé-Chambalud ; participation à des marchés de producteurs ; création d'un PVC près de Bourg-les-Valence. Les idées sont nombreuses et diverses, adaptées aux situations de chacun. Ainsi, une productrice souhaite créer un petit réseau avec des producteurs voisins vendant des produits différents des siens. Son objectif est d'organiser avec eux des dépôts-ventes ou des tournées de livraisons groupées. Dans ces projets, la question du collectif « choisi » par les producteurs est primordiale. Ils préfèrent construire leurs propres partenariats locaux plutôt que d'adhérer à un projet préexistant dont les objectifs ne leur conviennent pas. Les réseaux nationaux comme « Bienvenue à la Ferme » leur apparaissent un peu impersonnels et désincarnés. Les affinités entre personnes, le partage d'une même finalité et de la même conception de la qualité des produits apparaissent fondamentales dans la construction de ces « micro collectifs choisis ».

Parmi les autres producteurs interrogés, neuf déclarent connaître les autres producteurs pratiquant la vente directe, alors que les neuf autres se positionnent davantage dans une relation d'indifférence ou de concurrence. Dans le premier cas, si les relations entre producteurs sont cordiales, voire de solidarité pour des échanges ou livraison de marchandise en cas de besoin, ils souhaitent toutefois travailler individuellement. Différentes raisons sont évoquées : le manque de temps pour s'impliquer dans une réflexion collective, la peur de perdre leur indépendance. Dans le second cas, les relations sont plus tendues, voire absentes. L'ambiance concurrentielle est palpable. Malgré la proximité géographique entre les stands et les magasins de vente, de nombreux producteurs enquêtés ne connaissent pas les prix appliqués par leurs voisins. Si la majorité d'entre eux adopte une position détachée et indifférente[330], quelques uns expriment clairement la logique concurrentielle dans laquelle ils se situent. Ils évoquent par exemple comment ils peuvent attirer les clients du voisin en plaçant quelques panneaux annonceurs de prix d'appels. Ainsi, la pression du marché concurrentiel se retrouve également sur celui de la vente directe, mais dans une moindre mesure que sur le marché de gros.

Si les pratiques de vente directe aux consommateurs, que ce soit aux habitants et aux gens de passage, ne sont pas nouvelles en Moyenne Vallée du Rhône, la mobilisation de ressources différenciatives liées au territoire constitue, en revanche, une tendance beaucoup plus récente et en augmentation. Certes, il n'y a pas identification d'une origine clairement délimitée, nommée. Cela peut revenir au fait qu'il est difficile de donner un nom à l'espace de la Moyenne Vallée du Rhône, ou encore, il peut paraître inutile de préciser une provenance lorsque l'on vend sur le lieu de production. Pour répondre à la demande locale, l'enjeu est bien plus aujourd'hui de montrer le lien au producteur que de garantir la provenance des fruits.

Mais ce n'est pas parce qu'on ne le nomme pas que le lien au territoire est absent de la valorisation. Il est, au contraire, de plus en plus revendiqué, non seulement à travers sa dimension historique et patrimoniale, mais également construit et renforcé par les synergies établies, plus ou moins formalisées, avec le secteur touristique et les autres produits locaux. En cela, ces stratégies de valorisation sont territoriales, mais elles sont encore minoritaires et individuelles. En effet, si elles ne concernent que quelques exploitations, elles témoignent

[329] Au moment de nos enquêtes, ces projets étaient seulement au stade de la réflexion. En 2009, le producteur qui le souhaitait participe à des marchés de producteurs, le PVC de Bourg-les-Valence a été ouvert.

[330] Cette citation illustre bien le type de réponse des producteurs enquêtés : « *je ne m'occupe pas de la vie des autres* », producteur vendant en direct, enquête de 2007.

toutefois d'une prise de conscience des producteurs, d'un début de changement de statut des fruits dans la Moyenne Vallée du Rhône, vers une patrimonialisation.

C'est donc en pratiquant la vente directe, d'abord par logique économique, que peu à peu il y a construction d'une offre spécifique correspondant aux attentes du marché local, et que les représentations et les réseaux des producteurs évoluent pour spécifier davantage encore cette offre en lien avec le territoire. La pratique de la vente directe amorce une territorialisation de l'arboriculture, au niveau de l'exploitation : les producteurs se représentent l'arboriculture dans ses liens au territoire et développent des réseaux avec les autres productions locales ; la qualité des fruits est spécifique, définie par les échanges répétés avec les consommateurs locaux.

On constate une évolution des pratiques de commercialisation dans la Moyenne Vallée du Rhône, comme réponse à la crise structurelle. Elle passe par le développement de nouvelles pratiques, qui s'ajoutent à celles héritées du modèle d'expédition, voire même les remplacent. Ces pratiques concernent essentiellement les ventes aux intermédiaires du marché régional et la vente directe. Leur avantage ne se limite pas à la récupération des marges de première et seconde mise en marché par les exploitations. Comparées aux circuits d'expédition, elles permettent une meilleure valorisation de la diversité des qualités produites par les exploitations grâce à la combinaison de différents débouchés, ainsi que la valorisation des qualités spécifiques des fruits, la fraîcheur, la maturité et le goût. C'est donc la gamme de ces débouchés, pris dans leur ensemble, qui constitue un véritable atout pour les producteurs.

S'il existe peu d'informations statistiques concernant les volumes commercialisés par ces circuits et les prix qui y sont pratiqués, ce chapitre montre l'importance de leur existence, de leur diversité, et des avantages qu'ils recouvrent pour les exploitations fruitière en termes de revenu et de satisfaction personnelle des producteurs. En bref, ces circuits contribuent à la viabilité des exploitations.

Ces pratiques de commercialisation émergent en dehors du système d'expédition et influencent le bassin de production. Les ventes sur les circuits régionaux dessinent une relocalisation de la distribution des fruits à une échelle qui concerne le grand sud-est de la France. Les ventes directes contribuent à la relocalisation de la distribution, mais concernent des quantités moins importantes. Elles amorcent également un mouvement de territorialisation des exploitations concernées, et de patrimonialisation du fruit.

Ces différentes pratiques de commercialisation ont en commun de viser un marché local et régional, servi soit directement par les producteurs, soit par des opérateurs intermédiaires situés à proximité des producteurs. Cet ensemble, que nous appelons « circuits de proximité », mérite d'être analysé davantage.

Chapitre 6 : Approche des opérateurs intermédiaires des circuits de proximité

Qui sont les opérateurs d'aval du bassin de production permettant aux producteurs de valoriser leurs fruits sur les circuits de proximité ? Il s'agit de différents intermédiaires, opérateurs situés entre la production et la consommation, capables de prendre en charge et de transmettre des caractéristiques spécifiques des fruits locaux destinées à des marchés aptes à les valoriser. Ce chapitre s'attache à détailler, par type d'opérateur, quelles sont les ressources territoriales ainsi valorisées, pour quels marchés, et quelles sont les retombées pour les producteurs.

L'analyse menée dans ce chapitre s'appuie sur les enquêtes thématiques menées en 2007 et 2008. Ainsi, la première partie décrit la stratégie de certains grossistes[331] et IAA locaux, implantés au cœur du bassin de production, et montre comment ils valorisent la proximité dont ils bénéficient avec les producteurs. La seconde partie porte sur la recomposition des marchés de production[332], devenus des centres d'approvisionnement pour le marché de détail régional. La troisième partie s'intéresse au dernier grand type d'opérateur, les consommateurs régionaux et locaux[333]. Elle vise à caractériser cette demande, en évaluant son potentiel de consommation, en analysant ses attentes, ses pratiques d'achat et de consommation.

Finalement, ces analyses thématiques conduites par études de cas et zoom géographiques conduisent, en conclusion, à une définition de ce que nous appelons les « circuits de proximité ».

[331] Deux petits grossistes locaux ont été enquêtés, identifiés grâce aux producteurs interrogés en 2006.

[332] Les marchés de production de Pont-de-l'Isère (26) et de Chanas (38) ont fait l'objet d'études ciblées. Des enquêtes sur place ont permis d'interroger 18 producteurs-vendeurs, huit acheteurs, un grossiste revendeur ainsi que cinq personnes chargées du fonctionnement des marchés.

[333] Au total 97 consommateurs de la région lyonnaise ont été enquêtés en 2005 et 2006, 41 consommateurs du Nord Drôme ont été interrogés en 2007 et 18 personnes ont été questionnées à Valence en 2007.

I. Les grossistes et les petites IAA locales, opérateurs valorisant la « proximité » de la production

Souvent considérés comme « l'aval », comme les intermédiaires privés qui prélèvent des marges aux dépens des producteurs, les grossistes et les IAA sont des opérateurs rarement inclus dans les études et les projets conduits par les professionnels de la filière régionale. Leurs statuts d'entreprises privées les excluent des instances des OPA. Par ailleurs, leur culture d'entreprises, dont le contexte de marché concurrentiel encourage l'individualité et la confidentialité, rend leur accès difficile pour les acteurs de l'étude et de la recherche, pour qui, en revanche, les portes des producteurs et de leurs organisations s'ouvrent beaucoup plus fréquemment. Ainsi, ces professionnels sont mal connus tant des praticiens que des scientifiques[334].

1. Les stratégies de valorisation de la production locale par les grossistes, quand proximité rime avec connaissance

On distingue, dans la Moyenne Vallée du Rhône, les grossistes d'envergure nationale travaillant sur les marchés d'expédition, des grossistes spécialisés des marchés haut de gamme.

a) Des « petits » grossistes spécialistes du haut de gamme et des délais courts

Les grossistes d'envergure nationale et internationale, comme CRENO ou CANAVESE[335], valorisent une qualité commerciale normée souvent co-construite par l'adaptation des pratiques de production de l'arboriculteur aux demandes du grossiste. Les référentiels internationaux sont mis en place, la norme qualité le plus appliquée étant EurepGap. Le label AB est également porteur dans un contexte où la production fruitière bio est inférieure à la demande du marché. Pour ces grossistes dont l'approvisionnement est international, visant la constitution d'une gamme diversifiée et stable sur l'année, aucune référence n'est faite aux particularités territoriales. Il est d'ailleurs éloquent de constater qu'un des producteurs fournisseurs de ces grossistes, spécialisé dans la production d'abricots Bergeron et situé en plein cœur de son terroir agronomique et historique (Glun), reconnaît et décrit très bien cet effet terroir[336], sans pour autant revendiquer de stratégie commerciale autour de cela. Pour lui, cette situation est un état de fait, considérée comme un moyen de production agronomique, mais les enjeux commerciaux sont évoqués uniquement en termes de catégories Extra ou I, et de types d'emballage. Ainsi, s'il peut y avoir construction d'une ressource organisationnelle par les liens entre le grossiste et ses producteurs[337], et par les facilités logistiques permises par

[334] Rares sont les publications qui analysent ces professionnels. Les travaux de Christine Margetic éclairent l'influence des grandes IAA du nord de la France sur les bassins de production légumiers et de pommes de terres (Margetic, 2004). Ce sont des entreprises d'envergure internationale qui ne correspondent pas aux exemples décrits ici. En revanche, nous n'avons pas connaissance de travaux portant sur le métier de grossiste spécialisé en fruits et légumes.

[335] Le groupe CRENO est le premier groupe français de commerce de gros de fruits et légumes frais et de produits de la mer frais. En France, il dispose de neuf bureaux d'achats et stations d'approvisionnement dans les régions, qui traitent 500 000 t. de volumes annuels. La station CRENO de Valence spécialisée dans les pêches, nectarines, abricots et kiwi expédie 10 000 t. chaque année. Le groupe CANAVESE est adhérent du groupe CRENO, il dispose également d'une plate-forme à Bourg-lès-Valence.

[336] D'après ce producteur, les terrains sableux de l'Ile de Glun, du plateau de Larnage-Mercurol et du plateau ardéchois donnent une meilleure coloration aux fruits.

[337] Dans un cas, il y a même un début d'organisation des producteurs autour d'un grossiste : ceux-ci se rassemblent de manière informelle pour demander collectivement le suivi d'un technicien de la Chambre d'agriculture, ou pour passer des commandes groupées de produits phytosanitaires et d'emballages via le grossiste.

la proximité géographique, les prix et les normes de qualité demeurent ceux du marché standard d'expédition.

En parallèle de ces groupes internationaux, des « petits » grossistes locaux ont développé une stratégie différente pour se maintenir sur ce marché très concurrentiel. Nous en avons recensé au moins quatre (Tableau 32) situés en Moyenne Vallée du Rhône. Ces unités sont de très petite dimension et leur stratégie commerciale repose sur deux logiques fortes : l'élaboration d'une offre de qualité « très haut de gamme », impossible à traiter sur des volumes importants, et la recherche d'un marché demandeur de cette qualité, avec la constitution d'un portefeuille clients de plusieurs centaines de débouchés, afin de ne pas être dépendant d'un seul.

La qualité « très haut de gamme », pour ces professionnels spécialistes du fruit, intègre aux critères commerciaux standards (catégories extra et I) des critères de goût et de fraîcheur. La qualité gustative est assurée par la sélection de fruits provenant des meilleurs terroirs fruitiers, ainsi que sur la mise en avant de réputations territoriales positives. La fraîcheur est liée à la notion de délai de livraison et d'expédition : les fruits sont livrés en fin de journée par les producteurs dans les entrepôts de la vallée du Rhône, ils sont transportés et livrés dans la nuit sur les marchés de gros de la Côte d'Azur ou de Rungis pour pouvoir être sur les étals des épiceries spécialisées le lendemain matin. L'échelle du marché visé dépend de la capacité logistique à maintenir ce délai court.

Tableau 32: Petits grossistes valorisant la connaissance des terroirs fruitiers

Grossiste	Volume traité / Chiffre d'affaires	Main d'oeuvre	Date de création	Localisation	Marché visé
La Source aux Fruits	2 900 000€	20 UTA	1990	Chanos-Curson	Epiceries fines et détaillants spécialisés, grossistes de Paris-Rungis, Suisse, Cote d'Azur
Prim'Soleil	~ 300t / 500 000€	3 UTA	2001	Châteauneuf-sur-Isère / Toulon	Epiceries et restaurants haut de gamme de la Côte d'Azur.
Soleil Saveur[338]	800 000€	< 5 UTA	2006	Chanos-Curson	
Select Fruits	650 000€	< 5 UTA	1996	Le Cheylard	

Sources : enquêtes personnelles, 2007-2008.

Le cas d'un de ces grossistes permet de saisir la logique de fonctionnement de ces professionnels. Le créateur de l'activité est le seul employé à l'année, et il emploie trois autres personnes de mai à octobre, pendant la saison. Il travaille avec un minimum d'investissements et une structure adaptée aux volumes qu'il traite : un entrepôt à Châteauneuf-sur-Isère doté d'une chambre froide et d'une petite calibreuse (il peut lui arriver de refaire le conditionnement, pour satisfaire à certaines demandes), ainsi qu'un entrepôt à Toulon à proximité du marché de gros, où il a un box. Spécialisé dans les petits fruits rouges et l'abricot « très haut de gamme », son marché est réparti entre 320 clients, dont 100 principaux, essentiellement des épiceries fines, haut de gamme, localisées entre Aix-en-Provence et Saint-Tropez. Il traite annuellement environ 120 t. d'abricots, 100 t. de cerises, 45 t. de fraises et de

[338] Cette entreprise a été dissolue en 2008.

framboises, qui sont ses produits phares, ceux avec lesquels il obtient les meilleurs prix. Il s'approvisionne auprès de 200 producteurs, situés pour l'essentiel dans les départements de l'Ardèche, de la Drôme, de la Loire et de l'Isère. Il propose également de nombreux produits en complément de gamme[339], pour lesquels il cherche toujours des produits originaux et de meilleure qualité. Il les achète sur le marché de Châteaurenard, auprès de producteurs venant du Vaucluse, du Gard, et du Ventoux. Les fournisseurs sont ainsi choisis en fonction de deux critères : d'abord leur localisation géographique, ensuite la qualité de leur production.

b) La connaissance des terroirs et des producteurs, une ressource sous le sceau du secret professionnel

Exerçant ce métier depuis 20 ans, ce grossiste connaît les « bons » producteurs. Les liens se sont créés par le bouche à oreille, sur les marchés de production et entre producteurs : « *Ici c'est petit, tout se sait. Tous les meilleurs producteurs sur le marché de Pont-de-l'Isère, on les connaît* »[340]. Aujourd'hui il n'a plus besoin d'aller au marché de Pont-de-l'Isère, ses apporteurs sont fidélisés et viennent livrer directement dans son entrepôt, et il n'y a pas beaucoup de renouvellement. Contrairement aux apports aux coopératives, ou aux expéditeurs conventionnés, ici c'est le grossiste qui passe commande aux producteurs, presque au jour le jour. Il demande une quantité et une qualité données, ils s'entendent sur le prix, le producteur livre et laisse sa facture. Le grossiste n'achète pas toute la production de ses fournisseurs, seulement ce qui correspond à ses besoins, en fonction du marché. Il n'y a aucun autre engagement ni formalisation de la transaction. Les producteurs reviennent parce qu'il leur propose des prix plus élevés que le marché standard[341]. L'importante interconnaissance locale au sein de la profession participe aussi de la relation de confiance instaurée entre le grossiste et ses apporteurs : le premier ne peut pas se permettre de ne pas être sérieux avec l'un d'eux, en payant mal ou en arguant d'un problème de qualité alors que c'est faux. Il affirme par exemple que si cela arrivait « *en deux jours tous les producteurs de la vallée seraient au courant et je n'aurais plus d'approvisionnement !* »[342].

Le grossiste connaît également parfaitement les différents terroirs fruitiers. Il est capable de différencier les qualités esthétiques, de calibre et gustatives des fruits en fonction de leur origine : « *Les plus beaux fruits, question petits fruits rouges, c'est la Loire ; ils sont au top. Les beaux abricots, c'est l'Ardèche, sur le plateau. Et les plus belles cerises, c'est le Ventoux et l'Ardèche, mais les meilleures, c'est l'Ardèche. Parce qu'au Ventoux ils font du très gros calibre et il y a trop d'eau, alors au début elles sont bonnes, mais après elles ont trop le goût de l'eau* »[343]. C'est sur cette connaissance qu'il construit la spécificité de son offre et donc sa marge commerciale.

Une part de la plus-value ainsi gagnée est répercutée aux producteurs, à travers les prix d'achat plus élevés auxquels ils peuvent prétendre. Un producteur témoigne de la position favorable dont il dispose dans la négociation des prix avec ces grossistes : *« Les expéditeurs*[344] *ils sont tous amoureux de leurs produits, et quand ils sont sur un marché par exemple et qu'ils voient une caisse de fruits qui les intéressent, ils passent à côté, ils enlèvent l'étiquette.*

[339] Il propose également des pêches, des melons, des tomates, des raisins de table, des pommes, des cassis, des groseilles, des châtaignes, des champignons, etc.

[340] Grossiste, enquête personnelle 2008.

[341] Prenons pour exemple le prix des abricots Bergeron en fin juillet 2007, année où les prix étaient relativement élevés car la production plutôt faible. Les prix affichés sur le marché de production de Chanas le 25 juillet donnaient 1,40-1,60€/kg. Ce même jour, ce grossiste payait 1,80€/kg pour des abricots de calibre 3A au producteur interviewé.

[342] Grossiste, enquête personnelle 2008.

[343] Grossiste, enquête personnelle 2008.

[344] Il mentionne « expéditeur » en évoquant des professionnels du stade de gros, donc des grossistes.

Puis après ils appellent, « voilà, on a vu vos produits, machin…est-ce qu'on pourrait en avoir ». C'est justement un atout ça : quand tu coures pas après les clients, que c'est justement eux qui viennent te chercher, ben c'est toi qui pose les conditions »[345]. Dans la suite de l'entretien, le producteur affirme ensuite que l'origine du plateau ardéchois constitue un argument de poids. Cette ressource est mobilisée par une argumentation uniquement orale et subjective, tenue lors de la vente aux grossistes : « *parce que de toutes façons, pour le commercial, je pense à la limite que la lutte raisonnée, ou les autres cahiers des charges… je pense que dire que c'est des fruits d'Ardèche c'est plus vendeur que la lutte raisonnée.* » Ainsi, certains terroirs fruitiers peuvent faire ressource pour les producteurs et les grossistes.

Néanmoins, c'est le grossiste qui maîtrise la connaissance de la provenance, donc la ressource, ce qui lui permet de la protéger mais également de l'instrumentaliser. Ainsi, la connaissance de la provenance précise des fruits n'est pas transmise aux clients (distributeurs), et encore moins aux consommateurs. Elle est jalousement gardée comme un secret industriel : « *Je ne vais pas leur dire d'où ça vient, sinon après ils viennent !... Je ne vais pas leur dire mon travail* »[346]. Mais il communique toutefois sur la provenance « Ardèche » auprès de ses clients, confirmant que pour le grand public, celle-ci est porteuse de valeurs positives : « *Les clients connaissent Ardèche et c'est vendeur. Ça a une bonne réputation. Drôme ou Loire ils ne connaissent pas* »[347]. Ainsi, quelle que soit la provenance réelle des fruits, ce grossiste a construit sa propre réputation sur l'Ardèche.

Cette analyse montre l'existence de « terroirs fruitiers », dans le sens d'espaces où les conditions pédoclimatiques et les savoir-faire locaux permettent de produire des fruits de qualité spécifique. Ils constituent une ressource qui est mobilisée et maîtrisée par ces petits grossistes spécialistes des fruits haut de gamme. La valorisation de la qualité ainsi sélectionnée n'est possible que par la mise en place d'un modèle de fonctionnement proche de celui sur lequel s'est construit le succès des premières pêches de la Moyenne Vallée du Rhône : livraison de fruits mûrs dans des délais très courts sur des marchés de luxe capables de payer cher.

Si la marge dégagée est en partie redistribuée aux producteurs, ne serait-ce que pour s'assurer un approvisionnement fidèle, le secret entourant la connaissance de la provenance laisse toute latitude d'action aux grossistes. La question d'une meilleure communication sur les différentes origines et d'une protection de l'usage des noms mériterait d'être posée. Enfin, soulignons que ce fonctionnement est difficilement envisageable à grande échelle, les marchés de luxe étant limités en volumes. Et il faut bien, en outre, valoriser les qualités second choix non acceptées par ces circuits. Les industries de la transformation peuvent constituer un débouché intéressant, dans certains cas.

2. Les stratégies de valorisation de la production locale par les I.A.A., quand proximité rime avec maitrise de la qualité et valeur environnementale

La Moyenne Vallée du Rhône présente un tissu important d'entreprises spécialisées dans la transformation des fruits (Tableau 33). Créées dans les années de dynamisme du bassin de production, parfois même par des producteurs, elles sont situées au cœur des vergers. Certaines ont peu à peu pris une ampleur internationale, d'autres conservent une envergure locale. D'après nos estimations, ces entreprises transforment environ 100 000 t. de fruits par

[345] Producteur, enquête personnelle 2006.
[346] Grossiste, enquête personnelle 2008.
[347] Grossiste, enquête personnelle 2008.

an. Or, en 2006, la production de fruits (hors fruits à coques) des départements de la Drôme et de l'Ardèche représente 230 000 t. (sources SCEES). Le potentiel d'absorption des IAA représente ainsi une part importante (43% avec ces estimations) du volume de production du bassin. Cet héritage industriel peut constituer une ressource pour la production locale[348], mais sous certaines conditions.

Tableau 33: IAA spécialisées dans les fruits de la Moyenne Vallée du Rhône

Entreprise	Produits	Localisation	Volumes / Chiffre d'affaires	Création	Envergure de l'entreprise	Marchés visés
Hero France	Compotes et desserts	Allex	71 M€ / 42 000t	1976 - SICA Brunella	Internationale – membre du groupe Héro	GMS international : 16 pays
RaviFruit	Fruits transformés pour industries	Anneyron	32 M€ / 10 000t	1981	Internationale – membre du groupe Kerry Ingrédients	Haut de gamme, international (export 41%)
Cap Fruit	Fruits transformés pour industries	Anneyron	11 M€	1999	Locale	Haut de gamme international (export 40%)
Refresco France	Jus de fruits	Saint-Donat-sur-l'Herbasse	103M€	1983 - Delifruit	Internationale – membre du groupe Refresco	GMS international
Terre Adélice	Sorbets	Saint-sauveur-de-Montagut	930 000€	1996	Locale (5 à 10 UTA)	Haut de gamme Régional
Les Glaces de l'Ardèche	Sorbets	Ucel	690 000€	1996	Locale (5 à 10 UTA)	Haut de gamme Régional
Distillerie Gauthier	Alcools	Saint-Desirat	5,2M€ / 500 000L	1968	Locale (25 à 30 UTA)	Haut de gamme National
Distillerie Ogier	Alcools	Moras-en-Valloire	1 M€ / 1000t / 300 000 L	1988	Locale (3 UTA + 15 saisonniers)	Haut de gamme International

Sources : enquêtes personnelles, 2007-2008.

348

a) La proximité géographique entre production et transformation, ressource devenue insuffisante dans le marché international

L'analyse des exploitations qui vendent à des industries locales montre qu'il n'y a plus aucune valeur ajoutée dégagée de la seule proximité géographique entre la production et l'IAA. En effet, deux producteurs de poires vendent encore parfois leurs surplus à des distilleries locales, mais les fruits sont très peu payés[349]. De même, d'autres déclarent livrer à la transformation les abricots de catégorie II, dont les prix obtenus couvrent à peine les coûts de production.

Un responsable des achats d'une des IAA[350] confirme cette situation, et explique que si l'approvisionnement local a été une ressource pour l'entreprise, cela est aujourd'hui en passe de disparaître. Jusqu'à il y a peu d'années, la politique d'achat était en effet tournée vers les produits locaux, parce que l'entreprise utilisait cette image de marque auprès de ses clients. Ils travaillaient tous les fruits de la Moyenne Vallée du Rhône (pêches et fraises du Nord Drôme, framboises de l'Ardèche, poires et abricots, etc.) et complétaient avec d'autres fruits marqués par une identité territoriale comme les pruneaux du Sud-Ouest et la mirabelle de Lorraine : « *On était quand même assez attachés à l'image locale des produits* »[351].

L'augmentation de la concurrence étrangère, ainsi que l'intégration de l'entreprise au marché normalisé a déplacé le curseur de la compétitivité de l'approvisionnement. Les premières années, la concurrence étrangère s'est développée sur des fruits produits en quantité, à des prix très bas, qui constituaient une bonne matière première. Récemment, certains pays comme la Pologne, qui étaient compétitifs en termes de prix, le sont également devenus sur la qualité organoleptique et la sécurité alimentaire. « *Ce qui s'est passé ces dernières années c'est qu'on a été obligés de réorienter nos achats locaux vers des pays de ce type là, parce qu'on ne pouvait plus justifier la différence de prix* »[352]. Les fruits polonais offrant de meilleurs prix (transport inclus[353]) et un niveau qualitatif équivalent aux fruits français, il n'est plus possible de justifier d'un prix d'achat plus élevé devant la direction du groupe. En conséquence, les achats locaux sont en train de diminuer très brusquement : - 50% des achats de poires et arrêt des achats de fraises sont prévus pour 2006.

Par ailleurs, le lien entre les producteurs et l'entreprise, qui était construit sur une relation de confiance, est en train de glisser vers une convention normée, de type industrielle, nécessaire pour l'intégration des produits dans un système agroindustriel d'envergure internationale. L'objectif de l'entreprise est de maintenir le lien avec les apporteurs habitués, car ils connaissent et s'adaptent à la demande de l'entreprise. Jusqu'à présent il n'y a pas de contrat entre les producteurs et l'entreprise, mais simplement un prévisionnel de commande passé en hiver en fonction des prévisions des commerciaux. Il peut y avoir ensuite des rectifications en cours d'année, selon les ventes. Le contrat ne se fait que lors de la livraison. L'évolution du fonctionnement du groupe, avec le passage de la gestion à flux tendu, rend la situation plus risquée pour les producteurs. De fait, dans le cas où le tonnage demandé est revu à la baisse, auparavant l'entreprise pouvait acheter les quantités prévues et les stocker, alors qu'aujourd'hui elles restent à la charge du producteur ; c'est à lui de trouver comment la commercialiser.

---

[349] Pour exemple, pour la campagne 2006 les poires étaient payées au producteur 0,10€/kg par la distillerie (3ème choix), 0,25€/kg par la coopérative (1er et 2hd choix) et il en vendait également à des particulier pour faire distiller à 0,22€/kg (3ème choix).

[350] La confidentialité a été demandée concernant ce cas.

[351] Responsable des achats, enquête personnelle 2006.

[352] Responsable des achats, enquête personnelle 2006.

[353] Les achats sont toujours négociés avec le transport inclus, en « prix arrivé ».

La tendance actuelle est enfin d'inciter les producteurs à mettre en place des certifications, de plus en plus demandées par les clients de l'entreprise. Des cahiers d'exploitations, ou mieux, des normes de traçabilité ou le référentiel EurepGap sont de plus en plus appréciés, et interviennent dans la sélection des producteurs fournisseurs.

Ainsi, le fonctionnement traditionnel des bassins de production fruitiers du Sud-Est, qui consiste à envoyer à l'industrie les écarts de tri, n'est plus compétitif devant les importations de fruits d'industrie des pays d'Europe de l'Est, de l'hémisphère Sud ou encore de la Chine. Les industries ont désormais besoin d'un approvisionnement homogène et régulier, répondant à des standards de fabrication et des certifications internationales. A l'instar de la « conserverie-poubelle » étudiée par Claudine Durbiano dans le Comtat (Durbiano, 1997), l'industrie-poubelle ne rémunère plus, bien qu'elle soit située à quelques kilomètres de l'exploitation. La proximité géographique de l'approvisionnement ne suffit pas à faire ressource dans le marché international standard. Toutefois les IAA ayant une réelle stratégie de qualification liée à la dimension locale de l'approvisionnement peuvent offrir des débouchés intéressants.

b) La proximité comme co-construction d'une qualité spécifique, pour le haut de gamme ou pour le marché régional

La proximité entre le producteur et les industries agroalimentaires locales offre la possibilité d'élaborer une qualité des fruits particulièrement adaptée à la demande de l'industriel, permettant de viser des marchés hauts de gamme. On observe deux cas de figure d'élaboration d'une qualité spécifique, selon les stratégies et les échelles de marché des IAA.

Pour les IAA visant des marchés internationaux (RaviFruit, Cap Fruit, Hero France, Refresco France), la qualification porte soit sur une qualité industrielle de la production locale, soit sur la certification AB. De fait, la filière biologique étant en plein développement, pour une production de fruits bio encore faible, le label AB ouvre aujourd'hui de nouveaux marchés pour des espèces qui, sinon, seraient concurrencées par les fruits d'importation. Plusieurs IAA de la Moyenne Vallée du Rhône ont créé des filières bio, comme Cap Fruit, offrant de nouveau des débouchés industriels intéressants pour les producteurs locaux. D'autres partenariats sont possibles entre producteurs et industriels, comme dans le cas de Ravifruit qui maintient un approvisionnement local fondé sur une variété de pêches spécifique du bassin de production : la springtime. Cette pêche blanche, à petit calibre, était cultivée en Moyenne Vallée du Rhône juste après la Seconde Guerre mondiale. Les clients sont attachés aux produits issus de cette variété bien adaptée à la transformation, et le responsable de l'approvisionnement de l'IAA affirme qu'il n'arrive pas à trouver de producteurs capables de cultiver cette variété dans les pays nouvellement producteurs, alors que les arboriculteurs locaux ont conservé leurs savoir-faire. Etant donné que c'est une vieille variété, elle n'a pas de valeur hors de l'industrie haut de gamme, et d'autres pays n'auraient aucun intérêt à développer sa production, car aujourd'hui elle n'a aucun débouché sur le marché du frais.

D'autre part, pour les petites IAA visant un marché régional (Terre Adélice, Les glaces de l'Ardèche), l'origine locale de l'approvisionnement constitue un argument de communication pour l'entreprise, et lui permet de se fournir en fruits de qualité spécifiée. Ces deux entreprises commercialisent leurs sorbets chez les distributeurs et les restaurateurs régionaux, touchant donc des consommateurs qui sont soit des habitants, soit des touristes, pour qui l'origine locale des produits peut faire sens. La communication développée est explicite. Dans les deux cas, il est fait mention de sorbets de qualité à teneur élevée en fruits (plus de 60%), travaillés entiers, et sélectionnés mûrs. Si Terre Adélice mentionne seulement sur son site Internet

l'origine « régionale » des fruits[354], la communication de « Les Glaces de l'Ardèche » va plus loin (Figure 42) : les espèces des fruits et leurs terroirs sont précisés ainsi que la provenance du lait et de la crème fraîche (plateau ardéchois). Des actions de communication sont mises en place lors du lancement du produit dans certains restaurants collectifs, comme par exemple au restaurant d'Agrapole[355] à Lyon où l'artisan est venu présenter ses produits. Le texte rédigé au dos de la plaquette distribuée ce jour là montre bien que le public visé est consommateur urbain : « *En privilégiant les richesses naturelles du terroir ardéchois, nous amenons sur votre table toute la saveur de notre environnement préservé. Partagez la tradition du goût, ainsi vous cautionnerez les efforts entrepris par « les Glaces de l'Ardèche » pour être le lien entre monde rural et monde urbain, et rapprochez les gens des villes des gens des champs !* »

Figure 42: Document publicitaire "Les Glaces de l'Ardèche", juin 2008

La proximité de la production, pour ces industriels à la recherche de spécificité, permet un approvisionnement d'une qualité adaptée à leur demande. Un producteur décrit la manière dont il affine ses abricots, à la demande de Terre Adélice. Ramassés déjà très colorés, les abricots sont stockés quelques jours pour les laisser mûrir à point. Quotidiennement ils sont retournés et les fruits abîmés ou passés sont éliminés. Certes cela représente un travail important, mais il affirme que la rémunération est intéressante. En outre, les volumes achetés restent faibles, bien qu'en croissance d'année en année (de l'ordre de quelques tonnes).

Enfin, un dernier cas est constitué par les distilleries. La distillerie Ogier est liée à une exploitation agricole, où cette activité a été créée pour développer un débouché aux fruits. Aujourd'hui, près de 60% des fruits issus des 65 ha de vergers sont transformés en alcools, liqueurs et sirops[356]. L'activité n'est pas suffisante pour offrir un débouché intéressant pour les autres producteurs locaux, sauf exception (châtaignes de l'Ardèche, mûrs et myrtilles), mais permet néanmoins le maintien d'une exploitation importante localement. Le marché des alcools étant difficile au niveau

[354] www.terre-adelice.com consulté le 25 février 2009.

[355] Site regroupant l'ISARA-Lyon et les OPA régionales de la région Rhône-Alpes (Chambre Régionale d'agriculture, SAFER-RA, diverses interprofessions, etc.)

[356] Le reste des fruits est vendu sur le marché du frais, conditionnés sur l'exploitation et vendus par des commissionnaires.

international[357] le projet de l'entreprise est de développer la vente directe, associée à une offre touristique de visite de l'atelier. L'activité de distillation, avec ses alambics en cuivre, offre en effet une possibilité de patrimonialisation relativement facile. C'est une ressource déjà bien valorisée par la distillerie Gauthier qui a créé un musée de l'Alambic attenant à la distillerie et dont la visite se termine par une dégustation des produits en vente. La synergie avec le flux touristique de la Moyenne Vallée du Rhône est également valorisée, par un bon référencement dans les offres touristiques locales, ainsi que par des parkings aménagés pour l'accueil des familles, des cars et des camping-cars. Il est néanmoins important de souligner que dans l'exposition, aucune référence n'est faite à l'arboriculture locale, et que la provenance des fruits n'est pas mentionnée. Les producteurs locaux témoignent en outre que si des poires peuvent être achetées, les prix demeurent ceux du marché de l'industrie, et sont donc très bas. Une conclusion paradoxale s'impose quant à l'activité de distillerie : si la dimension patrimoniale et le lien avec le tourisme local peuvent faire ressource pour vendre les produits, en revanche, cette industrie ne peut constituer un débouché économiquement intéressant qu'en cas de maîtrise de la production.

Ici encore le lien entre producteur et industrie reste très souple : pas de contrat, ni d'engagement, ni de cahier des charges de production ne sont mentionnés à l'exception de la production bio.

c) Relocaliser l'approvisionnement des IAA, une manière de valoriser la ressource environnementale

Sous l'influence médiatique du Grenelle de l'environnement (2007) et de la hausse du prix du pétrole, la notion de relocalisation de l'approvisionnement des IAA vient bousculer la pratique établie de recherche du moindre coût sans prise en compte des distances. Le faible prix du pétrole des dernières décennies avait contribué à lisser l'espace, faisant que la distance d'approvisionnement était devenue une variable sans influence dans la stratégie des IAA (Durbiano, 1997). Or, dans un monde de pétrole cher et où l'impact environnemental est pris en compte, la distance d'approvisionnement redevient et sera de plus en plus à l'avenir une donnée importante à considérer. La prise de conscience et les changements organisationnels que cela nécessite n'en sont qu'à leurs débuts, mais devront être rapides dans cet univers de flux tendus et d'innovations marketing sans cesse renouvelées. Le positionnement sur ces nouveaux créneaux de marché est une voie explorée par certaines IAA de la Moyenne Vallée du Rhône, mais cela suppose des modifications organisationnelles au niveau de la production et de la première mise en marché.

Un exemple est donné par l'entreprise Delifruits[358], appartenant au groupe Refresco-France, située à Saint-Donat-sur-l'Herbasse (Drôme). Productrice de boissons aux fruits (jus, nectars, concentrés, thés, eaux), ses produits sont destinés aux marques de distributeurs (MDD) des grandes enseignes. Lorsque le groupe Casino a évoqué, fin 2007, le projet de mettre en place un système équivalent à la « pastille verte », identifiant les produits dont le bilan carbone de l'approvisionnement n'est pas trop négatif, l'entreprise s'est trouvée obligée de rechercher des fruits locaux. En effet, bien que fondée en 1969 par des arboriculteurs drômois (sous forme de SICA) dans l'objectif de transformer les fruits non commercialisés en frais, l'entreprise s'approvisionne aujourd'hui essentiellement à l'étranger. Les coûts de production sont, de fait, plus avantageux qu'en France pour une qualité industrielle égale. Sous l'injonction du distributeur, l'industriel a donc commencé à envisager de structurer une filière

[357] Consommation en baisse, concurrence de pays à faible coût de production.

[358] Officiellement ce nom n'existe plus, c'est maintenant Refresco France, mais localement le nom est encore beaucoup employé, c'est pourquoi nous le reproduisons ici.

d'approvisionnement dans la Moyenne Vallée du Rhône. Le responsable du projet de Delifruits, connaissant mal l'organisation de la filière locale, a tâtonné pour trouver un interlocuteur adapté : après avoir appelé à la Chambre régionale d'agriculture, qui l'a renvoyé au Comité Stratégique Fruits Rhône-Alpes, c'est finalement la Chambre d'agriculture de la Drôme et la Chambre du commerce et de l'industrie qui ont repris le projet. A l'heure où nous écrivons ces lignes nous ne sommes pas en mesure de savoir quelle organisation émergera. Néanmoins cet exemple montre le paradoxe actuel d'une IAA qui s'est peu à peu déterritorialisée tout en s'insérant dans le marché mondial (rupture des liens avec la production locale, intégration dans un groupe mondial), et qui aujourd'hui, sous l'injonction de ce même marché, est obligée de reconstruire de nouveaux partenariats avec la production locale. Se pose alors de nombreuses questions organisationnelles : avec quels opérateurs de la production ? Comment formaliser le lien ? Comment assurer l'approvisionnement en qualité et en quantité adaptée aux besoins de l'industrie ?

Le cas de l'entreprise Hero France, par son exemple de structuration de l'approvisionnement local, donne quelques éléments de réponse à ces questions. Celle-ci fabrique des compotes et desserts aux fruits. Ici également, l'industrie fut créée par des arboriculteurs locaux, la SICA Brunella en 1976, puis intégrée au groupe Hero en 1996. Aujourd'hui, l'industrie drômoise traite chaque année 42 000 t. de produits finis, dont 10% de produits bio (qui représentent 12% du chiffre d'affaires). L'approvisionnement en fruits frais et transformés bio est problématique : en septembre 2007 seules 20% des matières premières sont d'origine française. Or l'industriel souhaite développer l'approvisionnement local afin de diminuer les impacts environnementaux. Pour cela, fin 2007 un partenariat a été mis en place avec une entreprise de commercialisation de fruits bio pour l'industrie (sous formes frais ou transformés en purée, oreillons, cubes) EFELNAT SAS. Située dans le sud de l'Ardèche, cette entreprise est en train d'élaborer un projet de contractualisation avec des producteurs de pommes biologiques destinées à la gamme « baby food »[359] de Hero France. Les vergers devront être conçus, implantés et conduits selon un cahier des charges spécifique, et l'industriel s'engage à acheter les pommes pour les cinq ans à venir. Les termes du contrat en termes de prix d'achat, de conditions de paiement, de surfaces ou de volumes contractualisables, de renouvellement etc. n'avaient pas été précisés lors de la présentation de ce projet pilote, en septembre 2007[360]. Il demeure que ce projet, initié par l'aval de la filière, pose question à la production tout autant qu'il ouvre des perspectives de marché. Il serait effectivement nouveau dans la Moyenne Vallée du Rhône de concevoir des vergers entièrement dédiés à l'industrie. Certes, il existe déjà des vergers conduits spécialement pour la production de « baby food », sous un cahier des charges de production extrêmement exigeant, mais appliqué à des vergers conçus et implantés comme pour la production de fruits frais. L'engagement contractuel de cinq ans semble court au regard de la durée de vie et d'amortissement d'un verger de pommiers. Que faire des fruits si au terme du contrat EFELNAT SAS n'en veut plus ? En revanche, cet exemple de structuration d'un approvisionnement local, en mobilisant les professionnels du bassin, montre que la Moyenne Vallée du Rhône dispose des structures et des compétences nécessaires.

A défaut de résultats solides en termes de réalisation[361], ces deux projets soulignent combien la notion d'approvisionnement local peut être synonyme de ressource environnementale

[359] Produits destinés aux enfants, à haute valeur ajoutée, et répondant à des normes sanitaires extrêmement exigeantes.

[360] Présenté lors des ateliers du Salon Tech & Bio, à Chantemerle-lès-blés (26), les 7 et 8 septembre 2007.

[361] Au printemps 2010 aucun des deux projets n'avait abouti, les industriels et les producteurs n'étant pas parvenus à trouver un partenariat satisfaisant. Néanmoins ils demeurent en réflexion, accompagnés par la Chambre d'agriculture de la Drôme et soutenu par le Conseil Général. Ces travaux mériteraient d'être suivis et analysés dans la poursuite de nos recherches.

valorisable pour les IAA, sur les circuits conventionnels, et surtout sur les circuits bio et haut de gamme. Cela ouvre de nouvelles perspectives de valorisation pour les producteurs locaux, à condition de ne plus considérer l'industrie comme le déversoir des écarts de tri. Une organisation réelle de la production destinée à l'industrie, une formalisation du partenariat entre production et transformation sont à inventer : les industries ont besoin de sécuriser leur approvisionnement en quantité et en qualité, avec des impératifs de prix compétitifs, et en retour, pour investir dans un verger spécialisé pour l'industrie, les producteurs nécessitent une sécurité d'écoulement et de prix d'achat. Il s'agirait de construire un dispositif équilibré entre, d'une part, un prix d'achat compétitif pour l'industrie et rémunérateur pour le producteur, et d'autre part, des pratiques de production optimisées entre l'objectif de qualité souhaitée et leur coût. Dans de tels dispositifs, se pose alors la question de la quasi intégration de la production par l'industrie, et surtout celle de la dépendance des producteurs vis-à-vis du transformateur.

En définitive, la même tendance se dessine pour les opérateurs de l'aval, que ce soit les grossistes ou les IAA : par rapport aux prix pratiqués sur les circuits d'expédition standard, certains peuvent offrir une valorisation supplémentaire pour la production locale, à condition qu'il y ait construction d'une qualité spécifique dédiée à des marchés adaptés. Il s'agit des marchés suivants :

- le marché régional (détaillants mais surtout restaurants privés et collectifs) qui valorise des produits de haute qualité gustative et de provenance locale (cas des glaces et sorbets) ;
- le marché des fruits frais haut de gamme (Côte d'Azur, Suisse, Paris…) qui valorise des produits de haute qualité gustative, frais (délai d'expédition très court), et éventuellement la notoriété de l'origine « Ardèche » ;
- le marché des fruits transformés (surgélation, purées, etc.) haut de gamme destinés aux industriels, qui valorise une caractéristique spécifique, difficile à trouver ailleurs : la variété springtime, les pêches sanguines ;
- le marché des fruits transformés (jus, compotes, etc.) destinés à la consommation, qui valorise la provenance locale des matières premières sous forme d'eco-labels imposés par les GMS.

Pris isolément, ces multiples circuits ne représentent pas des tonnages très importants, mais l'ensemble constitue un débouché non négligeable pour la production locale, d'autant qu'il est en croissance. Les enjeux organisationnels quant à la constitution de « micro-filières » autour de demandes spécifiques d'industries locales ne sont pas encore résolus.

La grande diversité de ces circuits confirme la tendance montrée dans les chapitres précédents, qui consiste à aller vers la diversification des stratégies de commercialisation et des offres proposées pour valoriser toutes les qualités de fruits sur les différents marchés possibles, existants, en émergence ou à créer. Une caractéristique est néanmoins commune à ceux-ci, la mobilisation d'une proximité géographique à laquelle s'ajoute une dimension institutionnelle (partage de connaissances sur les terroirs, même définition de la qualité) entre production et opérateurs intermédiaires comme condition permettant la construction d'une qualité spécifique dédiée à un marché ciblé. Les intermédiaires sont donc les chevilles ouvrières de la valorisation ainsi construite, leurs connaissances de la production, des marchés, leur construction de la qualité et leur capacité à mettre en adéquation des qualités avec des marchés adaptés constituent une ressource organisationnelle pour le bassin de production. Leur apport en termes de connaissances, de services, de logistique, permet de toucher des marchés inaccessibles pour les producteurs seuls, et inadaptés aux volumes traités par les coopératives. En revanche, le marché de détail régional n'a pas besoin de cette

compétence supplémentaire, synonyme de prix plus élevés, puisque les marchés de production permettent un approvisionnement direct entre producteurs et détaillants.

II. Les marchés de production, d'une fonction d'expédition à une fonction d'approvisionnement du marché de détail régional

Depuis plusieurs décennies, on annonce[362] la fin des marchés de production comme on a annoncé que la vente directe disparaîtrait avec la modernisation et l'organisation de la production. Or, la tendance actuelle des producteurs à chercher des solutions hors du système d'expédition nous amène à interroger le rôle des marchés de production dans ce phénomène. Ces marchés déclinent-ils, ou leur fonction évolue-t-elle, contribuant à l'émergence de nouvelles formes de valorisation ?

En 1970, Jacques Béthemont recensait huit marchés de production existant entre Pont-de-l'Isère et Brignais, qui cumulaient 3 700 t. de marchandises (1972, p.588), ce qui est faible[363]. En 2007, on ne recense plus que trois marchés de production[364] dans la Moyenne Vallée du Rhône, mais rien n'affirme que leur activité ait décliné. Pour évaluer leur poids et leur fonctionnement, nous avons enquêté sur deux d'entre eux, celui de Chanas (38) qui est comparable en activité à celui de Mauves, et surtout celui de Pont-de-l'Isère (26), qui est le plus important[365].

1. Le fonctionnement des marchés locaux de production

Il convient dans un premier temps de préciser le fonctionnement et les différents modes de gestion des marchés de production.

a) Le principe de la vente de gré à gré

Le principe de la vente de gré à gré est de mettre en présence, dans une unité de lieu et de temps, un ensemble de producteurs-vendeurs et d'acheteurs, expéditeurs, grossistes ou détaillants. La confrontation de l'offre et de la demande fixe ainsi les prix, qui évoluent et sont renégociés à chaque lot vendu (cela peut être au cours d'un même marché avec plusieurs acheteurs).

Chaque marché est organisé en deux espaces distincts, l'un consacré aux producteurs-vendeurs, et l'autre consacré aux acheteurs. Les deux catégories d'opérateurs entrent sur le marché et se garent sur des emplacements, dans leurs espaces respectifs, avant l'heure officielle d'ouverture du marché. Pour entrer, ils doivent s'acquitter d'un droit, payable à l'arrivée ou par le biais d'abonnement, dont le montant est fonction de la qualité de vendeur ou d'acheteur, et de la taille du véhicule (logiquement proportionnelle aux volumes de transaction effectuée sur le marché). Chaque marché met à disposition des usagers une balance leur permettant de peser leur marchandise, soit avant la vente, soit après selon les lots

[362] Nous évoquons là le discours officiel porté par le syndicalisme agricole, les responsables et les techniciens agricoles inscrit dans le modèle de production-expédition.

[363] A titre de comparaison, en 1920 le marché de St-Rambert-d'Albon, alors premier marché aux pêches de France, comptabilisait 1 200 t. de transactions réalisées (Desmoulins, 1925).

[364] Les marchés de Pont-de-l'Isère (26), de Mauves (07) et de Chanas (38), sachant que seul le premier est ouvert toute l'année. Le marché de Tain-l'Hermitage a été fermé en 1998.

[365] Les responsables des marchés, les producteurs-vendeurs et les acheteurs ont été questionnés. Le régisseur et la conseillère municipale du marché de Pont-de-l'Isère nous ont confié les livres bilan des années 2001 à 2006 (2001-2006), nous donnant accès à l'évolution récente de la fréquentation.

vendus. Le principe du marché reposant sur l'unité de lieu et de temps pour la réalisation des transactions, tout se joue très rapidement lors de l'ouverture. En effet, avant l'heure, les vendeurs et les acheteurs sont physiquement séparés et ne peuvent avoir d'échange entre eux, du moins en théorie. A l'époque des téléphones portables, une partie des ventes peut cependant être conclue avant. A l'heure précise, il y a ouverture de l'espace des producteurs, souvent indiquée par un coup de sifflet. Les acheteurs, alors à pied, se précipitent littéralement vers les vendeurs, qui exposent leur marchandise soit à l'intérieur de leur véhicule, soit devant (Photo 20, Photo 21). Les prix de chaque lot sont négociés entre le vendeur et l'acheteur, en fonction de la qualité, de la quantité, de la concurrence du jour. L'acheteur fait une proposition de prix qu'il écrit sur un carnet. Le vendeur accepte ou refuse. Une fois l'accord conclu, l'acheteur remet au vendeur le feuillet de son carnet mentionnant le prix, la quantité, et l'emplacement de son véhicule dans l'espace des acheteurs. Lorsque les transactions sont terminées, le vendeur se rend sur l'emplacement de l'acheteur et livre sa marchandise. Il ne s'écoule rarement plus d'une demi-heure entre le coup de sifflet et le chargement par les acheteurs.

La normalisation des lots vendus doit être respectée : les fruits sont triés, calibrés et étiquetés. Et le vendeur est tenu de fournir une facture à l'acheteur, mentionnant son nom, le volume de marchandise et le prix. Les services de la DGCCRF effectuent des contrôles plusieurs fois dans la saison, soit sur le marché même, soit sur les routes à la sortie. L'étiquetage normalisé des cagettes est au nom du vendeur[366].

Photo 20: Producteurs vendeurs attendant les acheteurs	**Photo 21: Entrée des acheteurs dans la zone des producteurs**
Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère	*Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère*

[366] Au contraire, lorsque des producteurs vont livrer leurs produits directement chez des grossistes qui redistribuent sur les marchés de gros urbains, les étiquettes sont mises au nom du grossiste, car celui-ci ne veut pas se faire « doubler » et risquer que ses clients contactent directement le producteur.

b) Le marché de Chanas, un outil géré par les producteurs

Le marché de Chanas, déjà recensé en 1925 (Rufin, 1961) a toujours été géré par une association loi 1901 regroupant les producteurs-vendeurs. En 2007, elle comptait 140 producteurs adhérents. Les usagers vendeurs doivent obligatoirement adhérer à l'association, moyennant une cotisation de 30€ par an, et s'identifier par un autocollant collé sur le véhicule. Ce montant revient à l'association, pour assurer les frais de fonctionnement. Ensuite, s'applique un droit d'entrée de 2€/jour/véhicule, qui revient à la mairie de Chanas. De ces recettes, la mairie reverse une petite subvention de fonctionnement à l'association. L'association du marché emploie deux personnes pour l'organisation : « le garde »[367] et « le peseur ». Une employée municipale assure les paiements à l'entrée et l'attribution des places, c'est « la placière ».

Consacré aux fruits d'été, le marché est saisonnier, ouvert quotidiennement et deux fois par jour, à 14h et à 19h30, de mi-mai à mi-août généralement (sauf le dimanche). Le placement est libre, les vendeurs s'installent où ils veulent à mesure de leur arrivée. La fréquentation ayant beaucoup diminué, aujourd'hui, les places occupées représentent un quart à un cinquième des places disponibles (une centaine environ). Spécialisé dans la pêche dans les années 1960 et jusqu'en 1975, aujourd'hui, tous les fruits et légumes sont autorisés, mais le marché est particulièrement connu et attractif pour les abricots et les cerises.

Les prix de la veille (Tableau 34) sont affichés sur un grand tableau noir à l'entrée du marché, bien visible de loin. Ces prix sont ceux déclarés au garde par les vendeurs à leur départ. Ils peuvent être parfois surestimés, mais impossibles à vérifier. Les prix du MIN de Lyon sont également affichés quotidiennement.

Tableau 34: Prix du marché de Chanas, affichés le 25 juillet 2007

Bergeron	1,40 – 1,60 €/kg
Reine Claude	0,90 – 1,10 €/kg
Mirabelle	1,40 €/kg
Poire Guyot	0,65 €/kg
Tomate	0,65 €/kg
Melon	1,50 pièce ou 15€ le plateau

A la session de 14h du 26 juillet 2007, étaient présents une vingtaine de vendeurs et une quinzaine d'acheteurs. Du côté des vendeurs, pas de gros camion, les plus gros étant de la taille d'un *traffic* ou d'un *master*, et une majorité de camionnettes (*express*, *C15*), immatriculées dans la Drôme, l'Ardèche ou l'Isère. Les fruits sont laissés dans les véhicules, de belle qualité (calibrés, catégories 1 dominante), souvent vendus en un seul lot. La taille des lots pouvant être estimée à environ 200 kg, multipliée par vingt vendeurs, près de 4 000 kg de fruits ont transité sur le marché ce jour-là. La majorité des vendeurs a visiblement plus de 50 ans[368]. L'ambiance est conviviale, une bonne entente règne entre les producteurs, la placière, le peseur et le président du marché (lui-même producteur mais ne vendant pas ce jour-là).

[367] Rôle du garde : faire respecter les horaires, empêcher les échanges et les contacts entre acheteurs et vendeurs avant le coup de sifflet. La chose n'est pas évidente à Chanas car il n'y a pas de séparation physique (pas de grille comme à Pont-de-l'Isère).

[368] Un producteur parait moins de 40 ans, et un autre, plutôt âgé est accompagné d'un jeune qui reprend l'exploitation (grand-père/petit-fils).

c) Le marché de Pont-de-l'Isère, une gestion municipale volontariste

Créé en 1947, le marché de Pont-de-l'Isère a toujours été géré par la commune. Le conseil municipal en fixe les tarifs et les employés font partie du personnel municipal. Un investissement d'1,2 millions d'euros a été réalisé en 1999/2000 afin d'en moderniser l'infrastructure : construction d'un nouveau bâtiment (bâtiment technique, sanitaires et buvette), renouvellement des bascules, goudronnage de toute la surface et délimitation de 750 emplacements, création des voies de circulation, et équipement d'entrées automatisées (grâce auxquelles la fréquentation est désormais enregistrée)[369].

Le marché fonctionne toute l'année, quotidiennement l'été (de mi-juin à mi-septembre, sauf le dimanche), et 3 fois par semaine le reste de l'année (lundi, mardi et vendredi). En 2007, on comptait environ 500 producteurs-vendeurs et 150 acheteurs abonnés. Mais un jour de pleine saison comme celui de notre enquête, 200-250 acheteurs et 600 producteurs-vendeurs peuvent venir.

Le marché, qui occupe une superficie de 4,7 ha, est entièrement circonscrit par une clôture. Les espaces vendeurs et acheteurs ont des entrées distinctes et sont séparés par des grilles. Néanmoins, les vendeurs et les acheteurs peuvent échanger, avant 17h, à travers celles-ci. L'espace vendeurs est lui-même divisé en cinq zones, matérialisées au sol par des couleurs différentes (Tableau 35). Le coup de sifflet est donné à 17h (entrée des acheteurs dans la zone vendeurs), puis à 17h 30 les vendeurs peuvent entrer livrer dans la zone acheteurs.

Tableau 35: Différentes zones de vendeurs du marché de Pont de l'Isère

fruits (rouge)	298 places
légumes (vert)	200 places
mixte fruits-légumes (violet)	93 places
revendeurs	8 places situées dans l'espace acheteurs
vendeurs aux particuliers	groupés dans une allée de la zone légumes

Les tarifs dépendent de la qualité de l'usager (vendeur/acheteur), de leur adhésion à un abonnement, et enfin de la taille du véhicule :

- 5€ pour les acheteurs occasionnels, de 2,5 à 3,20 € si abonnés ;
- 5€ pour les vendeurs occasionnels en véhicule utilitaire, 8€ pour les camions de plus de 5 m, 3,50€ pour les véhicules utilitaires abonnés, 7€ si le camion utilise deux places.
- 4,50€ l'entrée pour les revendeurs, et 2€ par place occupée.

Les places sont numérotées. Les usagers abonnés peuvent réserver leur place, et ont le même numéro toute l'année. Le prix de la réservation s'élève à 53€/an.

Le marché souffre encore d'une mauvaise réputation (mauvaise qualité des produits, transactions au noir, diminution de son activité) qui tend à éloigner de nombreux professionnels. Des efforts de réglementation et de contrôle ont été entrepris par la municipalité pour inverser cette tendance. Un nouveau règlement a été rédigé en 2003, contraignant davantage les conditions d'accès au marché : inscription à la MSA pour les producteurs vendeurs et présentation d'un titre professionnel pour les acheteurs et revendeurs. Les conditions de transaction ont également été précisées, à savoir l'établissement d'une facture par le vendeur, que l'acheteur est tenu de réclamer, celle-ci devant obligatoirement indiquer : le nom du vendeur, le nom de l'acheteur, la date de transaction, la nature précise de

[369] Source : entretien personnel avec Me. M.-C. Lambert, première adjointe à la mairie de Pont-de-l'Isère, responsable des finances, présidente de la commission du Marché Aux Fruits.

la marchandise (espèce, variété) et le prix. En outre, depuis 2005, le nombre de contrôles des vendeurs réalisés par le policier municipal a été augmenté. L'objectif est de réserver ce marché exclusivement aux vendeurs professionnels, en éliminant les « particuliers »[370] qui amènent des fruits non normalisés et qui ne tiennent pas les prix. Les contrôles portent sur le numéro d'immatriculation à la MSA, ceux qui n'en ont pas ne peuvent pas entrer sur le marché. Mais ce critère de sélection reste insuffisant, étant donné que les retraités, les propriétaires de terrains peuvent avoir une immatriculation. En outre, chaque MSA départementale fonctionne sur des critères propres, c'est le cas pour la Drôme et l'Ardèche qui ne sont pas homogénéisés. Dans cette même optique, le policier encourage la DGCCRF à venir contrôler le respect de la normalisation (surtout la qualité des produits) et la facturation. Selon lui, il y a une vraie demande de la part des professionnels sérieux (autant de la part des producteurs vendeurs que des acheteurs réguliers) d'écarter la concurrence exercée par les particuliers, et de maintenir le caractère professionnel de ce marché. Ces efforts de contrôles ont contribué à limiter la fréquentation de particuliers vendeurs (cf. chiffres paragraphe suivant).

A 17h le 26 juillet 2007, étaient présents plusieurs centaines de vendeurs et d'acheteurs. Les producteurs-vendeurs sont d'âge moyen, entre 40 et 60 ans environ, mais peu de jeunes sont présents, ou alors en tant qu'accompagnant. Une très grande variété de fruits et légumes est proposée. Ils sont souvent sortis des véhicules, étalés, exposés aux acheteurs. Les volumes à vendre sont plus importants qu'à Chanas, en témoigne une plus forte proportion de véhicules utilitaires, fourgons, et même des petits camions (Photo 22, Photo 23). Certaines exploitations viennent vendre ici des palettes entières. La taille du lot moyen peut être estimée à 400 kg. Ainsi, le jour de l'enquête, environ 240 000 kg de fruits ont transité sur le marché (400 kg * 600 vendeurs).

La fréquentation, l'investissement réalisé par la municipalité montrent que le marché de Pont-de-l'Isère n'a rien d'anecdotique. S'il s'est maintenu dans un contexte de concentration des opérateurs d'expédition, c'est parce qu'il s'est modifié, devenant un lieu d'approvisionnement pour le marché de détail régional.

Photo 22: Véhicules des vendeurs à Pont-de-l'Isère

Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère

Photo 23: Véhicules des vendeurs à Pont-de-l'Isère (2)

Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère

[370] Personnes propriétaires de quelques arbres fruitiers qui viennent vendre occasionnellement, retraités, etc.

2. Un centre d'approvisionnement pour le marché de détail régional

Comme l'a décrit Claudine Durbiano, les marchés de production se sont développés dans la première moitié du 20ème siècle avec l'émergence de régions de production spécialisées en fruits et légumes conjointement à l'ouverture de voies de chemin de fer permettant d'acheminer les récoltes vers les centres urbains en pleine croissance. Cela a été accompagné par le développement du commerce de gros pour regrouper, acheminer puis répartir la marchandise entre les détaillants urbains (Durbiano, 1980). Les personnes enquêtées sur les marchés sont unanimes, la physionomie des acheteurs a profondément changé. Dans les années 1970 encore, c'étaient des gros camions, voire des semi-remorques d'expéditeurs qui descendaient des villes de tout le grand Est de la France pour charger des tonnes de pêches ou d'abricots. Aujourd'hui, ce type d'opérateur ne vient plus sur les marchés de la Moyenne Vallée du Rhône, d'une part parce qu'ils sont beaucoup moins nombreux (concurrencés directement par les centrales d'achat), d'autre part parce que travaillant directement avec les producteurs (individuels ou en OP). Les acheteurs sont essentiellement des petits grossistes et des détaillants régionaux pour qui la localisation du marché, ainsi que l'accès à des produits frais constituent une offre intéressante.

a) D'un marché producteurs-expéditeurs nationaux à un marché producteurs-détaillants régionaux

Les acheteurs des marchés de Chanas et de Pont-de-l'Isère sont essentiellement des détaillants et des petits grossistes qui revendent aux détaillants sur les marchés de gros des villes de Rhône-Alpes et d'Auvergne (Photo 24). Ainsi, sur la quinzaine d'acheteurs présents le 26 juillet 2007 à Chanas, nous avons pu interroger un grossiste de Clermont-Ferrand, un détaillant de Haute-Loire et un détaillant de Savoie. Le premier revend sur le marché de gros de Clermont-Ferrand, qui alimente les détaillants de la région. Les volumes achetés à Chanas représentent une très faible part de ses transactions totales, environ 1%, mais il s'y arrête en revenant des marchés du Comtat pour trouver des abricots et des cerises tardives. Le détaillant de Haute-Loire tient un magasin et vend sur un marché hebdomadaire. Fréquentant ce marché depuis 25 ans, il déplore la diminution du nombre de vendeurs. Il s'arrête à Chanas pour acheter des fruits (cerises, abricots, pêches) qu'il ne trouve pas à Cavaillon, plus spécialisé en légumes, mais les volumes achetés sont disproportionnés : environ 2 t. par voyage à Chanas contre 10 t. à Cavaillon. Enfin, le détaillant de Haute-Savoie revend sur trois marchés hebdomadaires (Cluses, Annemasse, Bonneville) ainsi qu'à des collègues détaillants. Il se fournit à Chanas et Pont-de-l'Isère le jeudi, notamment pour les abricots qu'il ne trouve plus qu'en Moyenne Vallée du Rhône à cette période de la saison, à Châteaurenard pour les légumes, les pêches et les melons, et au MIN de Lyon le mercredi pour les agrumes et les fruits de contre-saison. Il constate que « *chaque région a sa production* ». Au total, s'approvisionner en produits frais l'oblige à faire trois chargements et 2 400 km par semaine.

A Pont-de-l'Isère, l'analyse du fichier des abonnés montre que 20% des détaillants ou petits grossistes proviennent de l'Isère, 18% de la Drôme, 11% de l'Ardèche, 9% de la Loire, donc essentiellement de Rhône-Alpes (Villard et al., 2003). L'étude réalisée par R. Villard et al. souligne que rares sont les détaillants qui s'approvisionnent uniquement sur le marché. Ils complètent chez les grossistes ou en direct chez les producteurs, notamment hors-saison. Ceux qui ont plusieurs points de vente, donc besoin de volumes et de variété importante, s'approvisionnent également sur les marchés du Comtat et au MIN de Lyon. Les cinq détaillants interrogés le 26 juillet 2007 confirment ces résultats : ils vendent sur les marchés forains de l'agglomération lyonnaise, de la Drôme, de l'Ardèche, de la Loire et de l'Auvergne. Un seul s'approvisionne entièrement à Pont-de-l'Isère, tandis que les autres vont également sur les lieux évoqués ci-dessus.

Un nouveau type d'acheteurs se rencontre désormais sur les marchés : des revendeurs qui détaillent sur les marchés forains des villes et qui cherchent des prix bas. En passant après les premières transactions, ils discutent fermement les prix avec les producteurs, puis revendent ensuite très peu cher aux consommateurs. Les producteurs n'apprécient pas ces détaillants qui « *ne veulent pas payer les fruits* ». Certains préfèrent même remballer plutôt que de leur vendre à des prix si bas.

Enfin, les opérateurs de la restauration ne fréquentent presque pas les marchés de production. Les responsables du marché de Chanas ne connaissent qu'un restaurateur qui vient une ou deux fois durant l'été. A Pont-de-l'Isère, le service de restauration collective d'une clinique vient régulièrement pour trouver des produits frais, améliorant la qualité des repas à un prix raisonnable. Le reste de l'approvisionnement est réalisé auprès d'un grossiste.

Photo 24: Petit grossiste acheteur à Pont-de-l'Isère

Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère

Les acheteurs des marchés sont donc des détaillants et petits grossistes qui recherchent une gamme variée de produits, fruits et légumes, en petites quantités. Les marchés de Chanas et de Pont-de-l'Isère leur offrent un approvisionnement complémentaire, notamment en fruits, de ce qu'ils trouvent sur les marchés de Cavaillon, Châteaurenard et Carpentras, plus approvisionnés en légumes.

b) Analyse de la fréquentation du marché de Pont-de-l'Isère : la confirmation d'un renouvellement des usagers acheteurs

A partir de l'enregistrement mensuel de la fréquentation des différents usagers du marché de Pont-de-l'Isère, tiré des régies du marché de 2000 à 2007[371] (2001-2006), il est possible de visualiser l'évolution de la fréquentation (en nombre d'entrées) totale et par catégorie d'usagers. Lors de chaque entrée par les portails automatiques, les usagers sont en effet enregistrés sous quatre dénominations (que nous avons conservées dans les graphiques) correspondants aux définitions suivantes :

Acheteurs : les acheteurs abonnés, qui viennent régulièrement et qui ont un certificat professionnel délivré par la CCI. Ces acheteurs sont répertoriés dans les fichiers (ils constituent les chiffres analysés précédemment).

Acheteurs occasionnels (occas achet) : ce sont les acheteurs non abonnés, qui paient à chaque entrée, et dont les coordonnées ne sont pas répertoriées.

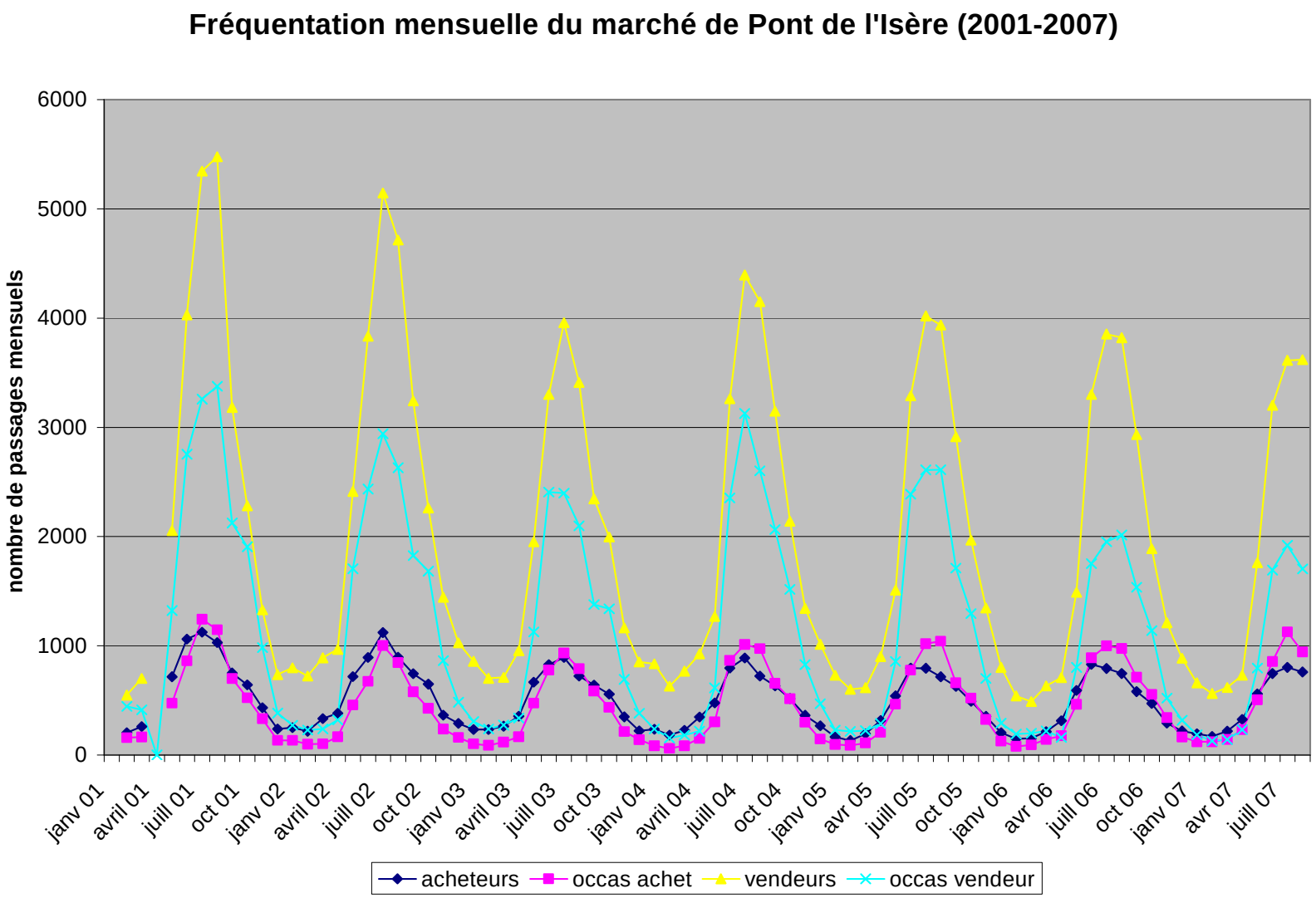
Vendeurs : les vendeurs abonnés, qui viennent régulièrement et qui ont un numéro d'immatriculation à la MSA. Leurs coordonnées sont elles aussi enregistrées dans le fichier du marché (elles constituent les chiffres analysés dans la partie suivante).

Vendeurs occasionnels (occas vendeur) : ce sont les vendeurs non abonnés, qui paient à chaque entrée, et dont les coordonnées ne sont pas répertoriées.

Cette activité annuelle est largement rythmée par le caractère saisonnier de la production fruitière locale (Figure 43) : les pics de fréquentation des mois de juin, juillet et août, qui concernent en particulier les vendeurs, illustrent la forte orientation de l'arboriculture locale vers la production de fruits d'été. D'ailleurs, la tenue quotidienne du marché pendant cette période, contre trois jours par semaine le reste de l'année, renforce l'effet de pic de fréquentation. Les tendances annuelles d'évolution de la fréquentation sont principalement liées à l'activité estivale (son augmentation ou sa diminution), les nombres de passages hors-saison semblent, au contraire, stables. Les évolutions analysées ci-après seront donc interprétées à l'aune des évolutions du marché des fruits d'été (cerises, pêches, abricots, petits fruits pour l'essentiel).

[371] L'enregistrement automatisé des entrées n'a été possible qu'avec la modernisation des infrastructures réalisée en 1999/2000, aussi, il n'existe pas d'autres chiffres de la fréquentation antérieure à cette date.

Figure 43: Fréquentation mensuelle du marché de Pont-de-l'Isère (2001-2007)[372]



[372] Les Figures 43, 44 et 45 sont toutes réalisées suite au traitement des chiffres de la fréquentation mensuelle, enregistrés dans les Régies du Marché aux Fruits de Pont-de-l'Isère des années 2001 à 2007, que les responsables du marché ont bien voulu nous confier.

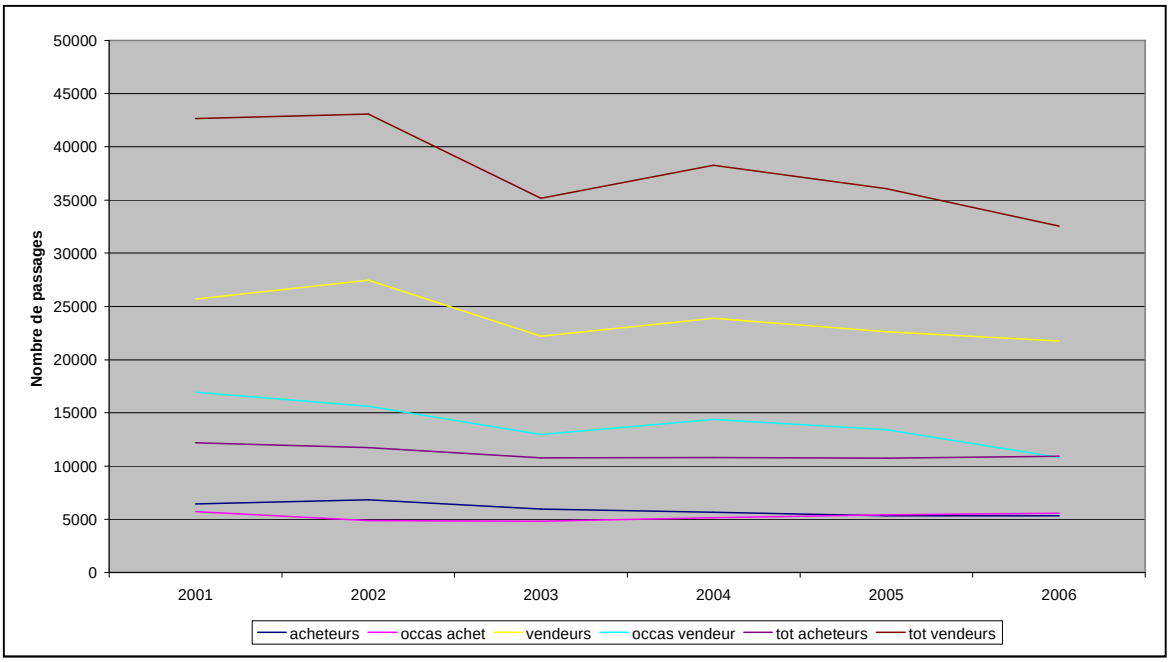
L'activité est encore importante si l'on considère le nombre de professionnels et les volumes concernés. Le nombre d'usagers réguliers (vendeurs + acheteurs abonnés), s'élève à 1 240 professionnels au 1er janvier 2005, 1 279 au 1er janvier 2006 et 1 334 au 1er janvier 2007. La totalité de la fréquentation annuelle représente 43 482 entrées pour l'année 2006.

Les enregistrements de la fréquentation permettent également d'évaluer les volumes échangés annuellement. L'observation des véhicules et les enquêtes conduisent à estimer que 300 kg de fruits sont vendus par producteur et par jour de marché[373]. Pour l'année 2006, 32 500 entrées de vendeurs (abonnés et occasionnels) ont été enregistrées. Le volume total de transaction s'élèverait donc à 9 750 t. de fruits par an. Cela représente un tonnage important comparativement aux 3 700 t. cumulées sur les huit marchés de production existants en 1970. Le déclin de ces lieux de mise en marché concerne donc davantage le nombre de marchés existants et le nombre de professionnels les fréquentant, que les volumes qui y sont échangés.

Une diminution globale de la fréquentation est d'ailleurs visible sur la période étudiée. Le nombre de passages annuel passe de 54 829 en 2001 à 43 482 en 2006, ce qui représente une baisse de 20,7% de la fréquentation. L'année 2003 marque une baisse sensible de la fréquentation des vendeurs, ce qui s'explique par le gel de cette année qui a détruit une partie importante des récoltes locales : les producteurs n'ayant que peu de production à vendre, sont moins souvent venus sur le marché.

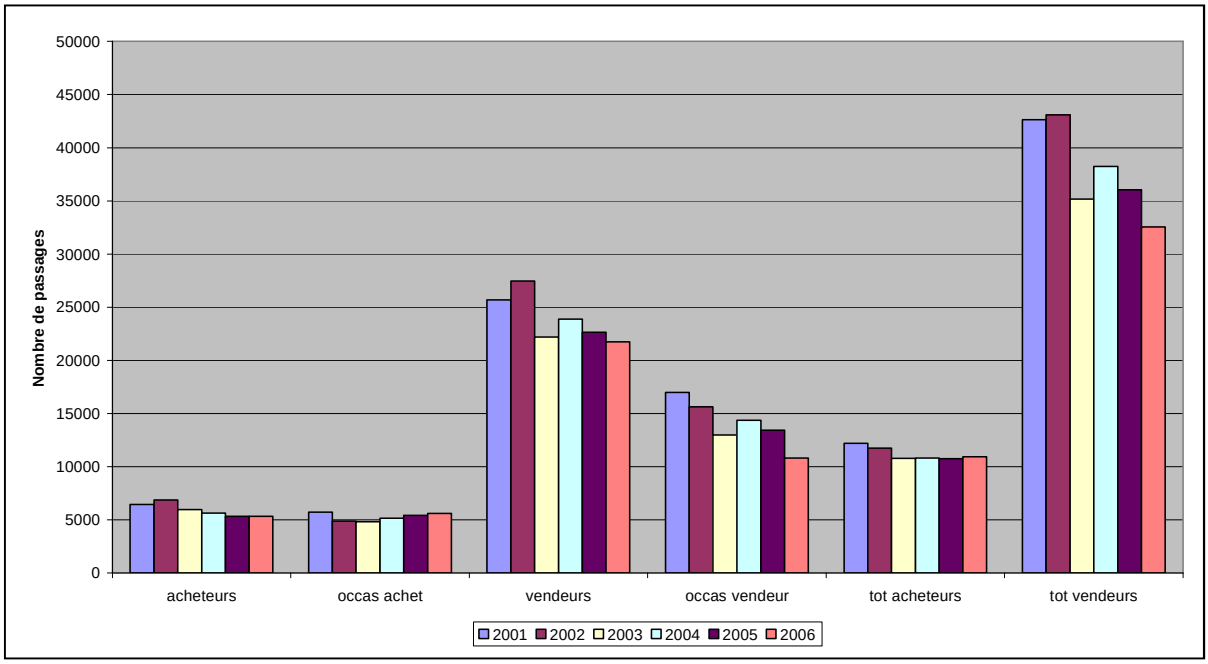
De manière plus détaillée, on constate une forte différence d'évolution du nombre de passages des acheteurs et des vendeurs (Figure 44). De fait, si la fréquentation des acheteurs diminue très faiblement entre 2001 et 2006 (- 6,9%), celle des vendeurs chute de -24,4% durant cette période. Pour chacune des deux catégories de professionnels, acheteurs et vendeurs, on constate enfin une évolution différenciée entre la fréquentation des usagers réguliers (abonnés) du marché, qui diminue toujours plus que celle des usagers occasionnels, qui tend même à augmenter durant ces dernières années (Figure 45).

Figure 44: Evolution annuelle de la fréquentation du marché de Pont-de-l'Isère (2001-2006)



[373] Les volumes peuvent être plus importants en pleine saison (plutôt de l'ordre de 400 kg), mais sont moindres durant l'automne et l'hiver, d'où une estimation pondérée à 300 kg.

Figure 45: Fréquentation annuelle du marché de Pont-de-l'Isère par type d'usager (2001-2006)



Pour ce qui concerne les acheteurs, on observe une très faible augmentation de la fréquentation des acheteurs occasionnels entre 2003 et 2006 (de 4822 passages à 5583, qui est presque le niveau atteint en 2001), ce qui atténue l'effet de la diminution des acheteurs abonnés pour donner une évolution globale de la fréquentation des acheteurs relativement stable sur les 3 dernières années. Deux hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette évolution. Soit il y a désabonnement des acheteurs, qui viennent moins souvent à Pont de l'Isère car ils y trouvent moins d'offre, ce qui fait que la diminution des acheteurs réguliers pourrait se retrouver « basculée » sur la catégorie des acheteurs occasionnels, sans grand changement dans la structure de la fréquentation. Soit, il y a une évolution dans le type d'acheteurs. Les acheteurs réguliers sont plutôt des professionnels importants, et leur diminution serait le reflet de la diminution de nombre de grossistes importants de ce marché. En revanche, l'augmentation des acheteurs occasionnels serait le fait de l'augmentation de petits revendeurs, détaillants ou semi-grossistes, qui viennent de manière moins régulière ou qui préfèrent rester anonymes. Il semble que cette seconde explication soit la plus plausible. En effet, selon le policier, s'il n'y a pas vraiment de profils différents entre les acheteurs abonnés et les occasionnels, il constate néanmoins que les acheteurs habitués, qui viennent à l'année, les plus professionnels, sont abonnés. Et ce type d'usager tend à diminuer (arrêt d'activité surtout, ou travail en direct avec les producteurs). Les nouveaux usagers, surtout des détaillants et revendeurs régionaux, s'abonnent plus difficilement, d'une part parce qu'ils craignent un peu d'être « fichés », d'autre part et surtout, parce que l'information sur l'abonnement est mal communiquée, et il faut bien connaître le fonctionnement du marché pour le savoir. Il n'y a donc pas de basculement des usagers qui se désabonnent pour venir en occasionnel. Cette évolution indique ainsi qu'il y a un renouvellement des acheteurs habituels par de nouveaux détaillants et petits grossistes non habitués du marché.

Pour ce qui concerne les vendeurs, la diminution globale de la fréquentation est régulière d'année en année, mis à part le creux exceptionnel de 2003, imputable au gel de cette année. Les deux catégories de vendeurs, réguliers et occasionnels, diminuent à peu près au même rythme, depuis 2001. On peut penser que cette forte diminution est liée aux efforts

d'élimination des vendeurs particuliers[374], et que les producteurs vendeurs professionnels ont, en proportion, moins diminué. En outre, les derniers chiffres des années 2006 et 2007 montrent un ralentissement de la décroissance de la fréquentation des vendeurs (abonnés ou occasionnels), ce qui peut laisser supposer qu'une grosse vague de particuliers ayant été écartée, l'évolution se stabilise. En définitive, et le policier nous l'a confirmé, la baisse de la fréquentation des vendeurs réguliers serait liée à une diminution des « habitués » du marché (évolution classique des départs à la retraite, vieillissement, arrêt de l'activité). Il y a par ailleurs un retour sur le marché de producteurs non habitués à ce mode de commercialisation, poussés par la baisse des prix obtenus dans les circuits d'expédition[375] ou par des aléas climatiques et sanitaires, qui cherchent de nouveaux marchés pour mieux valoriser leurs produits. Cette hypothèse va dans le sens des enquêtes réalisées sur le marché de Pont-de-l'Isère et sur les stands de vente directe des bords de route.

Ainsi, si l'évolution de la fréquentation des vendeurs est délicate à interpréter, le renouvellement des acheteurs traditionnels par de nouveaux détaillants et petits grossistes régionaux semble confirmé par les chiffres de la Régie. Pour quelles raisons viennent-ils à Pont-de-l'Isère ?

c) Motivations des acheteurs régionaux : la fraîcheur, l'achat direct aux producteurs, la localisation

Sachant que les prix du MIN de Lyon sont généralement inférieurs à ceux pratiqués sur les marchés de la Moyenne Vallée du Rhône[376], la fréquentation encore importante de plusieurs centaines d'acheteurs montre que ces marchés de production offrent des avantages spécifiques. D'après nos enquêtes, ils sont de trois ordres : qualitatif avec la fraîcheur des produits, fonctionnel avec la localisation sur des nœuds de communication, et relationnel avec la relation direct aux producteurs.

Les marchés de production offrent en effet des produits dont la fraîcheur est généralement supérieure à celle des produits proposés sur les MIN, où des lots d'importation et de grossistes côtoient le carreau des producteurs. Ce critère qualitatif est d'autant plus important pour des acheteurs détaillants, qui travaillent justement sur des circuits de proximité, et dont la différenciation par rapport aux étals des grandes surfaces est liée à une qualité gustative et une fraîcheur supérieures. Autant les responsables du marché[377], que l'enquête réalisée en 2003 soulignent cet aspect fondamental pour les détaillants : « *Leur satisfaction porte essentiellement sur la proximité et la fraîcheur des produits : cueillis le matin, revendus le lendemain matin.* » (Villard et al., 2003). Un détaillant déballant sur les marchés forains de la région lyonnaise exprime ainsi le bon rapport fraîcheur/prix trouvé sur les marchés de production : « *on travaille directement avec le producteur, comme ça les fruits sont fraîchement cueillis, et le prix correspond.* » Concernant plus précisément la qualité commerciale des fruits, la plupart des acheteurs interrogés en sont satisfaits, reconnaissant que le marché de Chanas est réservé à la première catégorie tandis que celui de Pont-de-l'Isère est

[374] Liée à l'exigence de l'immatriculation à la MSA, instaurée en 2003 avec la nouvelle réglementation du marché.

[375] Néanmoins, sachant que l'année 2006 a été plutôt favorable en termes de prix (fraises, pêches, abricots), alors que l'année 2007 a été plutôt mauvaise (fraises, cerises, pêches), il ne semble pas que les fluctuations annuelles de prix aient une grosse incidence sur l'évolution de la fréquentation.

[376] Cela est affirmé par plusieurs producteurs-vendeurs interrogés, l'un d'eux vendant à la fois à Pont-de-l'Isère et au MIN de Lyon. Ce constat est confirmé par un détaillant, qui achète également sur les deux marchés, interrogé à Pont-de-l'Isère.

[377] Le président du marché de Chanas décrit ainsi les acheteurs : « *C'est surtout des gars qui achètent aujourd'hui et revendent demain sur les places de détail.* »

plus diversifié. Un détaillant de la Loire se déclare mécontent des lots proposés sur ce dernier, comportant trop de second et même troisième choix.

Le rapport direct avec les producteurs est également porteur de satisfaction. Dans un cas, une détaillante elle-même fille d'arboriculteur, cela relève de l'attachement et du soutien qu'elle souhaite porter à la profession locale. Elle préfère donc acheter aux producteurs, et met en avant, sur son marché de Lyon, l'origine française de ses produits. Elle déclare que même si elle n'est pas compétitive au niveau des prix, en criant très fort que c'est français et en proposant de la « belle marchandise », elle a quand même sa clientèle. Néanmoins, cet exemple n'est pas représentatif de la majorité des détaillants. D'autres déclarent également venir à Pont-de-l'Isère en complément de Châteaurenard pour la relation, entre tension commerciale et sympathie, qui peut s'établir avec les producteurs : « *Et puis la sympathie, le contact avec les paysans ça va bien… pas toujours, mais enfin ça va bien !* »

D'autre part, la localisation des marchés de Chanas et de Pont-de-l'Isère, chacun à proximité d'une sortie de l'Autoroute A7, à la fois au cœur du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône et sur l'axe Avignon – Lyon, leur donne un atout fonctionnel majeur. En outre, Pont-de-l'Isère étant le dernier marché d'importance entre ceux du Comtat et celui de Lyon, il reste le lieu d'approvisionnement le plus proche pour l'ensemble des détaillants et professionnels de la Drôme et de l'Ardèche. Même si la plupart d'entre eux s'approvisionne majoritairement sur les marchés du Sud, Pont-de-l'Isère reste le plus rapide d'accès pour un complément, un dépannage, et le mieux fourni en fruits d'été.

A ce titre, la présence de quelques grossistes revendeurs joue un rôle déterminant dans le maintien de la fréquentation des acheteurs, comme le décrit cette détaillante. Elle descend tous les mardis à Châteaurenard acheter le principal de sa marchandise, et le reste de la semaine, elle complète à Pont-de-l'Isère : « *Heureusement qu'il y a les revendeurs derrière, sinon s'il n'y avait pas les revendeurs, il n'y aurait plus de marché. C'est d'ailleurs pour ça qu'on vient aussi ici, parce que le problème de Châteaurenard, c'est qu'il y a pas de revendeurs. Ils veulent pas de revendeurs, conclusion, ben toutes nos oranges, nos bananes etc., on est obligés de revenir ici pour les chercher.* »

En dernier lieu, il convient également de mentionner un atout propre aux marchés de production qui ne sont pas des MIN. Hors de ce cadre très contrôlé, ils offrent plus de liberté aux usagers, notamment pour ce qui est de la vente au noir. Une détaillante l'évoque avec sincérité : « *au marché-gare on ne passe pas un gramme au black. Tout est contrôlé.* »

Par ailleurs, les différents points de mécontentement soulevés par les acheteurs de Pont-de-l'Isère sont le manque d'installation contre les intempéries, les horaires trop tardifs qui nécessitent une longue attente après le marché du matin de Cavaillon, les tarifs jugés chers en hiver, la baisse de la qualité des fruits proposés (essentiellement 2nd choix). Les gros acheteurs regrettent également le manque de professionnalisme de certains vendeurs qui souhaitent travailler au noir.

La confrontation des motivations et des sujets de mécontentement, en se contredisant parfois, montre combien le marché de Pont-de-l'Isère constitue un lieu de brassage entre une grande diversité d'acheteurs, des « gros » et des « petits », certains souhaitant des factures et d'autres recherchant plus de liberté, les uns s'arrêtant en revenant de Cavaillon ou Châteaurenard tandis que les autres s'y approvisionnent en complément du MIN de Lyon. La majorité apprécie néanmoins le bon rapport qualité-fraîcheur/prix d'un marché de production idéalement situé en termes d'accès et de localisation entre les principaux marchés du Comtat et de Lyon.

Ainsi, les marchés de production de la Moyenne Vallée du Rhône, et principalement celui de Pont-de-l'Isère, représentent un volume de transaction non négligeable, avec 9 750 t. de fruits estimés pour l'année 2006, ce qui est bien supérieur aux 3 700 t. de fruits échangés sur les huit marchés recensés en 1970. Ces volumes approvisionnent essentiellement le réseau des petits grossistes et détaillants régionaux, qui remplacent les acheteurs traditionnels qu'étaient les expéditeurs d'envergure nationale. Mais pour l'activité annuelle de ces nouveaux types d'acheteurs, la gamme et la durée de l'offre de Pont-de-l'Isère n'est pas suffisante, et ce marché de production s'inscrit en complément d'un approvisionnement réparti entre les principales places voisines : les marchés du Comtat et le MIN de Lyon. Ces nouveaux acheteurs, positionnés sur les « circuits de proximité » (primeurs, maraîchers des marchés forains), y trouvent fraîcheur et diversité à un prix intéressant. En retour, le marché offre aux producteurs des débouchés et un service différents de ceux proposés par les circuits d'expédition.

3. Pour les producteurs : un « lieu d'ajustement » commercial au cœur du bassin

Si la physionomie des acheteurs et de leurs attentes a changé, il en est de même de celle des producteurs-vendeurs et donc, la fonction commerciale du marché dans le bassin de production est également modifiée. En effet, en regroupant la demande des détaillants régionaux, les marchés de production constituent aujourd'hui un débouché spécifique pour les producteurs, avec des attentes différentes de celles des circuits d'expédition standard (coopératives, expéditeurs) ainsi que de celles des circuits hauts de gamme valorisant la proximité production – intermédiaires (petits grossistes et IAA évoqués précédemment).

L'évolution du profil des producteurs vendant sur les marchés confirme le nouveau rôle d'approvisionnement du commerce de détail régional joué par ces places. L'analyse des motivations des producteurs à venir vendre en ces lieux montre qu'ils offrent ainsi un lieu d'ajustement commercial pour des lots qui ne trouvent pas de solutions valables dans les autres circuits.

a) Evolution des producteurs-vendeurs : offre d'une production diversifiée venant d'exploitations moyennes, de tout le bassin

Lors de leur création, les marchés drainaient essentiellement les producteurs locaux, de la commune même du marché et des limitrophes. Pour Chanas comme pour Pont-de-l'Isère, la pêche a longtemps été le produit phare, exclusif même pour Chanas entre 1960 et 1975. Les producteurs pouvaient vendre une part importante de leurs productions sur les marchés, en en combinant plusieurs dans la même journée et en vendant parfois un peu directement à des expéditeurs : « *Moi j'ai eu fait le matin : 5h et demi Tournon, 6h Mauves, 7h Tain…* » *[producteur retraité]*. Mais l'augmentation de la taille des exploitations et des volumes de production a conduit les producteurs à se tourner vers des modes de commercialisation leur permettant d'écouler des volumes importants en peu de temps de travail : soit par la coopération ou l'engagement suivi avec un expéditeur privé, soit par le développement de station d'expédition sur les exploitations. Finalement, la population des producteurs vendeurs sur les marchés, tout en diminuant, s'est complètement modifiée depuis vingt ans.

L'évolution est la plus visible à Pont-de-l'Isère, marché ayant encore une importance certaine, alors qu'à Chanas le renouvellement semble plus difficile. De fait, sur ce marché, le président de l'association ainsi que le « peseur » nous confirment que la moyenne d'âge des vendeurs est assez élevée. Ce sont majoritairement des producteurs dont la taille de l'exploitation est petite à moyenne (moins de 10 ha de vergers). La relève se fait très peu car lorsque ces producteurs cessent leur activité, les exploitations sont généralement regroupées à d'autres (augmentation de la surface moyenne par exploitation), et le repreneur est obligé de

développer d'autres modes de commercialisation. Finalement, les vendeurs sont soit des producteurs plutôt âgés, avec des exploitations pas trop grandes et habitués à vendre sur le marché depuis des années (majorité) ; soit des personnes retraitées ou non agriculteurs, possédant néanmoins des propriétés familiales dont ils viennent vendre les fruits (surtout vrai pour les cerises).

Si Pont-de-l'Isère subit le même phénomène, on constate également un renouvellement du type de producteur-vendeur. Le rayon d'achalandise a augmenté, les vendeurs viennent de plus loin que les communes voisines, et les produits vendus se sont diversifiés. L'offre est composée en haute saison de cerises, abricots, pêches, pommes, poires, légumes de saison ; et en basse saison de châtaignes, pommes, poires, noix et légumes de saison. Les producteurs viennent essentiellement du bassin de la Moyenne Vallée du Rhône : 90% des vendeurs réguliers sont de la Drôme (76%) ou de l'Ardèche (14%) (Villard et al., 2003). Ils proviennent surtout de petites exploitations familiales, pas suffisamment structurées pour organiser leur commercialisation en dehors du marché, et assez importantes cependant pour avoir besoin de celui-ci[378]. On distingue les producteurs de la région de Pont-de-l'Isère, Tain l'Hermitage et de la rive ardéchoise qui vendent surtout des abricots et encore quelques pêches, dont les exploitations sont de type abricots-vigne AOC. Les producteurs du plateau ardéchois, autour notamment de Vernoux, qui vendent surtout des petits fruits rouges et des châtaignes. Les légumes sont beaucoup apportés par des producteurs situés sur les marges occidentales du Vercors, dans les Monts du Mâtins (choux-fleurs…). Enfin, les 10% de producteurs-vendeurs restant correspondent à des producteurs de tomates, salades et melons du Comtat qui viennent vendre ici lorsque les cours descendent trop sur leurs marchés, ainsi qu'à quelques producteurs venant de la Loire et de l'Isère, proches de la frontière départementale de Chanas. Les lots vendus sont de taille moyenne, en général moins d'une palette, autour de 200 à 400 kg pour les fruits comme les pêches, abricots, pommes ou poires.

Cette offre est complétée par des produits de négoce proposés par des revendeurs, huit grossistes venus du Midi (Bouches-du-Rhône, Vaucluse), identifiés dans une zone spécifique du marché. Ils revendent des marchandises achetées à Châteaurenard ou Carpentras. Ce sont des produits qui n'entrent pas en concurrence avec la production locale soit parce qu'en décalage de maturité (cerises, pêches, abricots d'Espagne ou du Sud), soit parce que spécifique (bananes, agrumes…). Ce complément à la fois de gamme et de contre-saison joue un rôle dans le maintien de la fréquentation des acheteurs, sans concurrencer les producteurs. Ils achètent également aux producteurs locaux pour revendre ensuite sur d'autres marchés en décalage (Villard et al., 2003).

Ainsi, le marché tire avantage à rassembler une offre diversifiée issue de la grande diversité des productions du bassin de production. En cela, il constitue un réel lieu d'ajustement commercial offrant des avantages spécifiques aux producteurs locaux.

b) L'usage du marché par les producteurs, un lieu d'ajustement commercial accessible et flexible

La première motivation de fréquentation du marché citée par les producteurs est liée à la proximité et la situation géographique idéale, au cœur de la région de production et sur un nœud logistique local, régional et même national. La notoriété et l'ancienneté du marché jouent aussi un rôle dans les habitudes, d'autant que ce marché est le dernier de la région. Les règles d'utilisation sont connues de tous, venir vendre sur le marché ne constitue pas un gros investissement commercial, excepté le temps passé sur place.

[378] Ce résultat, issu d'un travail d'enquête réalisé par des étudiants en 2003 à la demande de la municipalité de Pont-de-l'Isère (Villard et al., 2003), n'est pas davantage précisé malheureusement.

En outre, que la fréquentation soit régulière, occasionnelle ou accidentelle, le marché offre des solutions commerciales pour différents types de besoin des producteurs. Nous en avons identifié trois principaux. D'abord, la majorité des producteurs que nous avons rencontré viennent depuis longtemps sur les marchés pour vendre une partie de leur production[379], le reste étant vendu à des expéditeurs, des grossistes, parfois au détail ou à des détaillants. Parmi ceux-ci, certains viennent régulièrement et sont abonnés au marché, ce qui leur permet de valoriser une gamme de production en étant présent tout au long de l'année.

D'autres viennent plus ponctuellement dans l'année, parce qu'ils n'ont qu'une ou deux espèces à vendre, ou pour écouler un surplus ou du second choix, ou encore en cas d'accident climatique (gel, grêle). Dans ce second cas, le marché tient une place spécifique dans la stratégie commerciale de l'exploitation parce qu'il permet d'écouler un type particulier de produit pour lequel le producteur n'a pas trouvé de solution plus intéressante. Cela peut être lié à la qualité du produit, c'est souvent le cas pour les fruits de catégorie II ou pour les variétés démodées. Cela peut également être lié aux volumes à écouler : des palettes incomplètes, des surplus de vente au détail, des bouts de parcelle donnent des lots de quelques centaines de kilos non intéressants pour les grossistes et expéditeurs, mais correspondant bien à la demande des acheteurs de Pont-de-l'Isère.

Enfin, quelques producteurs, 4 sur les 14 interrogés le 26 juillet 2007, viennent depuis peu sur le marché. Cette pratique nouvelle est liée soit à un changement de mode de commercialisation, soit à une diminution des volumes produits sur l'exploitation, suite à l'arrachage de vergers sharkés. Deux producteurs déclarent effectivement avoir quitté l'organisation économique, l'un est sorti de sa coopérative, l'autre d'une OP conventionnée avec un expéditeur, parce qu'insatisfaits d'un fonctionnement où les charges de structure rognent trop les prix reversés aux producteurs, et où ils travaillent sans connaître les prix finaux. Pour ces producteurs, venir sur le marché est une étape de transition dans la reconstruction d'une stratégie commerciale. Cela permet notamment de « *se refaire une clientèle* », de prendre contact avec des expéditeurs, des grossistes ou des détaillants avec qui les ventes se feront ensuite directement.

Ainsi, que la fréquentation soit régulière, occasionnelle, accidentelle (cas de grêle, de gel) ou lors d'une modification du système de commercialisation, le marché de production apparaît être une solution commerciale permettant de valoriser des types de lots qui ne trouvent guère de débouchés plus favorables dans les autres circuits. On ne retrouve pas d'impression négative de la part des producteurs enquêtés, loin de la « la tyrannie des marchés » décrite par Claudine Durbiano pour les agriculteurs du Comtat dépendants des négociants et expéditeurs sur des marchés manquant de transparence et d'information sur les prix (Durbiano, 1997).

Par ailleurs, la facilité d'utilisation du marché, ainsi que son rôle de « forum » économique et social en font une ressource organisationnelle importante pour l'ajustement des réseaux commerciaux du bassin. En effet, le marché est aussi vécu comme un espace de rencontres, d'échanges et de discussions entre professionnels, ce qui est de plus en plus rare maintenant que les échanges se font par téléphone, via des structures commerciales ou sont gérés en amont par des bureaux de vente. Les producteurs finissent par se connaître entre eux, ils ont le temps de discuter un moment avant l'ouverture, à la buvette du Marché. Les informations professionnelles sont échangées, c'est plaisant et important pour la connaissance et l'anticipation des cours.

[379] Seuls certains producteurs ayant une très petite surface de vergers vendent la totalité de leurs fruits sur le marché.

Le marché permet de garder une tension sur les prix, de négocier, ce qui n'est pas possible dans le cas d'une relation exclusive avec d'autres acheteurs. L'attachement à la responsabilité commerciale est très largement cité par tous les types de producteurs comme motivation à vendre sur le marché plutôt que directement à un expéditeur ou par une coopérative. C'est un lieu qui permet en effet d'être maître de son prix ou du moins d'en être responsable, d'avoir la satisfaction de « *défendre son produit jusqu'au bout* ». Les producteurs expliquent que contrairement aux coopératives ou aux expéditeurs, avec lesquels il est impossible de négocier, en venant sur le marché, non seulement ils connaissent les prix au jour le jour, ce qui leur permet d'adapter leurs travaux de récolte, mais surtout, ils ne peuvent s'en prendre qu'à eux-mêmes si les prix obtenus sont mauvais. Enfin, rappelons que les marchés de la Moyenne Vallée du Rhône offrent des prix supérieurs au MIN de Lyon, où la production locale est mise en concurrence avec celle du Sud et surtout avec les importations.

En définitive, pour les producteurs-vendeurs, le marché de production de Pont-de-l'Isère continue de représenter un véritable « forum » (Durbiano, 1980) commercial, professionnel et social, pouvant rassembler en pleine saison jusqu'à un millier d'hommes. Il permet non seulement de trouver les débouchés les plus intéressants pour des lots de taille moyenne et de qualités diversifiés, mais également de renouveler ses clients, de prendre de nouveaux contacts commerciaux, de se tenir informé du marché et de l'actualité professionnelle. En cela il constitue une ressource organisationnelle facilitant la liberté et la réactivité commerciale des producteurs.

Le marché de production, en donnant à voir l'activité fourmillante autour de la production fruitière locale, constitue plus qu'un nœud logistique du bassin, mais bien un « haut lieu » de celui-ci. Il cumule en effet les fonctions économiques, sociales et symboliques non seulement pour les professionnels, mais également pour les populations locales (collectivités, habitants-consommateurs). La fréquentation croissante des particuliers témoigne de l'ouverture extra-professionnelle de ce marché.

4. L'attractivité pour les particuliers, témoin d'une demande locale forte…

A Pont-de-l'Isère, depuis longtemps, le marché est ouvert aux particuliers à 18h (soit 1h après l'ouverture aux acheteurs professionnels). Initialement, cela permettait d'écouler les invendus ou des tous petits lots. Cette clientèle est donc tolérée, et ne s'acquitte pas de droit d'entrée. Petit à petit, par le bouche à oreille[380], la fréquentation des particuliers s'est amplifiée jusqu'à poser des problèmes de fonctionnement.

a) L'attractivité pour les particuliers… un problème actuel

En 2003, jusqu'à 200 personnes pouvaient se présenter les vendredis soirs (Villard et al., 2003). Le vendredi précédent notre visite, en juillet 2007, 600 voitures ont été recensées, ce qui peut représenter près d'un millier de personnes compte tenu que beaucoup viennent à plusieurs. Dès 16h30, avant même l'ouverture aux professionnels, certains particuliers attendent déjà, profitant des places ombragées, pour être les premiers servis à 18h (Photo 25). Ces acheteurs sont majoritairement des habitants du triangle Valence, Romans, Tain-l'Hermitage. Ils viennent pour acheter directement aux producteurs, ce qui est synonyme pour eux de qualité (fraîcheur, maturité) et de chaîne d'intermédiaires raccourcie, donc de prix

[380] La première adjointe présidente de la commission du Marché aux Fruits nous a affirmé qu'aucune communication n'avait été faite pour les particuliers.

modérés[381]. Deux types d'achat peuvent être faits par les particuliers sur le marché de Pont-de-l'Isère. Dans un cas, le marché est la source principale d'achat de fruits et légumes, été comme hiver. Les consommateurs recherchent alors la diversité de la marchandise, des prix modérés, la proximité et la praticité (habitants proches), la convivialité. Ils s'adressent souvent à des fournisseurs habituels, de confiance. Dans l'autre cas, l'achat est occasionnel, à la recherche de gros volumes à des prix moindre pour préparer des confitures, des conserves ou autres qui seront conservés ou congelés pour l'année. Ces clients là peuvent venir de loin pour trouver cette offre spécifique.

Aujourd'hui, cette forte fréquentation de particuliers pose plusieurs problèmes pour le marché de Pont-de-l'Isère. D'abord en termes d'infrastructure : le périmètre du marché n'est pas aménagé pour accueillir 600 voitures. La mairie a dû mettre à disposition un près (terrain vague) et des employés municipaux pour orienter et guider ce flux, sans quoi le village serait rapidement saturé. Ensuite, en réponse à cette demande de particuliers, s'est développé un véritable marché de détail à l'intérieur même de l'enceinte du marché de production par des vendeurs qui viennent uniquement pour les particuliers. Ils s'installent désormais dans une allée spécifique et attendent 18h (Photo 26). Les prix sont affichés, il n'y a pas de négociation comme dans la vente de gré à gré. Le problème est que ce marché de détail parallèle interfère trop avec le reste du marché de production. D'une part, les vendeurs ne sont pas tous des producteurs professionnels, il y a beaucoup de retraités, et certains font de la revente (après avoir acheté sur le marché de production). Tous types de produits sont proposés, non seulement des fruits, des légumes, mais également d'autres produits locaux : fromages, miel, etc. D'autre part, ce fonctionnement est dérangeant pour les professionnels usagers du marché. Les prix affichés sont déconnectés des cours du gros. En outre, pour les acheteurs, surtout les détaillants, ce marché de détail constitue une concurrence déloyale pour leurs propres commerces.

Face à ces constats, la municipalité envisage un moyen de réguler ce marché à l'avenir. Certaines idées sont évoquées, comme faire payer l'entrée 1€ par véhicule particulier, ce qui supposerait de nouvelles installations pour contrôler cette entrée, ou même éventuellement fermer complètement l'entrée aux particuliers. Cette dernière option semble néanmoins bien improbable compte tenu de la perte d'entrées de producteurs-vendeurs que cela engendrerait. Suite aux investissements de 1999/2000, la municipalité ne peut guère se priver de ce revenu. Alors pourquoi ne pas envisager la demande des particuliers comme une opportunité à développer ?

[381] On retrouve les mêmes motivations que pour les consommateurs qui achètent aux producteurs, soit à la ferme, soit sur les marchés ou sur les stands des bords de route.

Photo 25: Les acheteurs particuliers attendent l'ouverture

Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère

Photo 26: Allée des vendeurs destinée aux acheteurs particuliers

Cliché C. Praly, août 2007, Pont-de-l'Isère

b) Une opportunité à développer ? L'exemple du marché de Vourles

Devant ce problème, l'exemple du marché de production destiné aux particuliers de Vourles (69) peut donner des pistes de réflexion. Créé en 1956, ce marché municipal[382] était à l'origine un marché de production de fruits pour la vente en gros, classique des marchés de production du Sud-Est. Mais l'installation du MIN de Lyon ainsi que la tendance des producteurs à travailler directement avec les expéditeurs a rapidement fait baisser son activité. La municipalité a donc modifié son orientation commerciale dès 1976, en le destinant aux particuliers. Et depuis cette date, donc plus de 30 ans, ce « marché pas ordinaire »[383] se perpétue en conservant son fonctionnement de marché de production tout en s'adaptant à la demande d'un marché de détail local.

Du marché de production, le marché de Vourles a conservé l'obligation pour les vendeurs d'être producteur professionnel, l'ouverture du marché à heure fixe ainsi que la bascule unique et la vente au colis, donc rapide. De mai à octobre, il a lieu tous les jours à 18h30, et en hiver, seulement le dimanche à 15h. Les vendeurs installent leurs étals, et le garde ouvre l'entrée aux particuliers à l'heure précise, au son de la cloche. Les achats sont rapides car les colis sont prêts : au kilo, au cageot, à la barquette, en botte. La bascule du marché reste disponible en cas de demande des clients. En 1h, le marché est terminé. Pour pouvoir venir vendre sur ce marché, les producteurs doivent déposer un dossier de demande à la commission du marché. Ayant pour but de ne sélectionner que des producteurs locaux, celui-ci doit comporter : le numéro d'immatriculation à la MSA, le relevé du parcellaire ainsi que l'acceptation du règlement du marché. Le règlement impose de respecter les normes commerciales en vigueur, de n'apporter que des produits frais et dont les lots sont pesés à l'avance, d'avoir une présentation correcte (étal sur tréteaux et non au sol par exemple).

[382] Comme le marché de Pont-de-l'Isère, le marché de Vourles est géré par la municipalité. Il existe une commission du marché présidée par un élu, souvent adjoint au maire.

[383] En 1996, pour les 20 ans du marché de détail, la presse locale a couvert l'évènement. Les titres montrent combien ce type de marché doit son originalité à son fonctionnement authentique d'un marché de production. Le Progrès titre : « *Vourles : un marché pas ordinaire* » ainsi qu'« *un marché véritable* ». Un autre journal local mentionne en sous-titre : « *Le marché de Vourles est extraordinaire. Parce que les produits sont délicieux et que la vente sacrifie à un rite inhabituel.* ». Enfin, la municipalité de Vourles a publié un dépliant sur le marché, dont la couverture invite à découvrir « *un marché différent…* ».

Enfin, le producteur doit provenir du « Sud-Ouest Lyonnais ». Il y a donc une limite géographique à l'acceptation des vendeurs, dont la décision finale revient au président de la commission du marché. S'il fut plus restreint lorsque la densité de producteurs était plus haute, actuellement, le périmètre s'étend jusqu'à Brulloles à l'Ouest, Chanas et St-Paul-en-Jarez au Sud. Par ce règlement, le marché de Vourles garantit donc bien une fréquentation exclusivement réservée aux producteurs locaux qui y vendent leurs propres productions.

L'adaptation à la demande d'un marché de particuliers s'est faite par l'ouverture à la diversité des productions locales. Aujourd'hui en effet le marché n'est plus réservé qu'aux seuls producteurs de fruits. On y trouve tous les fruits et légumes cultivables localement, ainsi que des fromages, des volailles, du miel, des lapins, des œufs, des fleurs, et des produits transformés tels que des charcuteries, compotes, confitures, jus, vins de pays, etc. Des bornes électriques ont été installées pour accueillir les banques réfrigérées nécessaires à ces produits. Une « tenue correcte » est exigée des producteurs vendeurs, habitués l'été à venir torses nus ou en tenue de travail pour vendre aux professionnels.

Le résultat de cette évolution conjointe est positif et encourageant au vu de la fréquentation. Pour ce qui concerne les producteurs, leur nombre est stable en été à hauteur de 80 à 90, et en croissance l'hiver avec une trentaine en 2007. Le nombre de consommateurs, quant à lui, ne cesse de croître. En pleine saison, il a été relevé jusqu'à 600 véhicules. Ils viennent d'un rayon assez large, de Lyon, des villages alentours, mais également d'Isère, de la Loire pour acheter des lots de fruits à confiture. Néanmoins, les vendeurs sont majoritairement constitués par des producteurs retraités ou proches de la retraite, dont la relève n'est pas assurée. Cela pose question quant à l'avenir de ce marché.

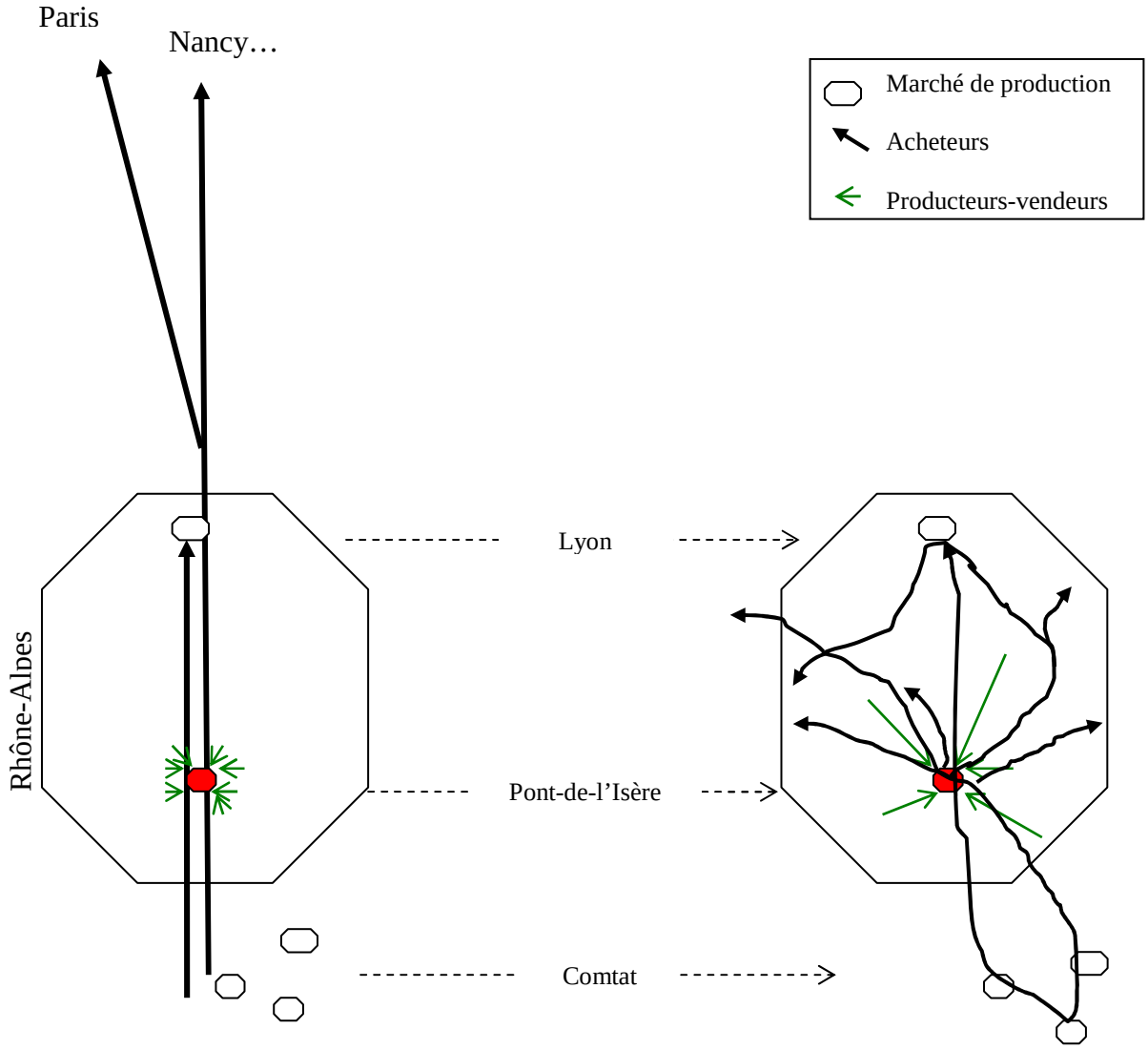
Il constitue malgré tout un bel exemple d'adaptation de l'offre à la demande, tout en préservant, voir en consolidant, un cadre contraignant sélectionnant les producteurs locaux. Pour les consommateurs particuliers, il assure à la fois une garantie sur l'origine des productions et une authenticité dans son fonctionnement qui touche au folklore. Dans le contexte actuel d'augmentation de la demande pour les produits locaux, de recherche du lien direct au producteur, et de patrimonialisation des traditions locales, ce marché cumule les fonctions de « proximité producteur-consommateur » et de patrimoine. Compte tenu de la demande croissante des particuliers sur le marché de Pont-de-l'Isère, encadrer l'émergence du marché de détail dans une même perspective, tout en l'accordant avec le reste du marché de production peut être une voie de valorisation.

5. d'un marché de production pour l'expédition nationale à un marché de production pour les circuits de détail régionaux

Le changement de fonction des marchés de production de la Moyenne Vallée du Rhône s'accompagne de modifications de la physionomie de ses usagers, d'un élargissement de l'échelle d'achalandise à l'ensemble du bassin de production et d'une relocalisation du rayon de chalandise à l'échelle de Rhône-Alpes et Auvergne. La fonction historique de marché producteurs-expéditeurs, qui rassemblait de gros volumes spécialisés sur quelques espèces destinés à l'expédition nationale, est aujourd'hui remplacée par une fonction de marché producteurs-détaillants, qui rassemble des volumes moyens de toute une diversité de production de fruits et légumes destinée au marché de détail régional (Rhône-Alpes Auvergne essentiellement) (Figure 46). Ce changement de fonction appelle un élargissement du rayon d'achalandise et une diversification des produits apportés. C'était auparavant les producteurs très locaux qui venaient vendre sur le marché une production dont la pêche et l'abricot représentaient la majeure partie et faisaient l'attractivité pour les expéditeurs. Les producteurs vendeurs viennent aujourd'hui de l'ensemble de la Moyenne Vallée du Rhône, vendre une production diversifiée, constituée par de petits volumes non adaptés aux circuits d'expédition[384]. Ces produits apportés sur le marché sont désormais destinés aux divers circuits de détail régionaux, majoritairement les marchés forains et les petits magasins primeurs. Les acheteurs sont donc des détaillants spécialistes des fruits et légumes, qui recherchent une gamme sur toute l'année d'une qualité différente de celle proposée par les circuits dominants (grande distribution) à un prix équivalent. Ainsi, les lots échangés sur le marché se caractérisent par leur variété, leur maturité, leur fraîcheur. En cela, le seul marché de production de la Moyenne Vallée du Rhône ne suffit pas à fournir les volumes nécessaires sur la totalité de la gamme des fruits et légumes sur toute l'année. Il s'inscrit en complémentarité avec les marchés de production du Comtat (où l'on trouve majoritairement des légumes primeurs, des melons, des fraises) et le MIN de Lyon (où l'on trouve les produits exotiques, les agrumes, et les produits de contre saison grâce aux importations). En se repositionnant sur l'approvisionnement du marché de détail régional, le marché de production se trouve dépendant du réseau des marchés du grand Sud-Est.

[384] En cela nous rejoignons les conclusions faites par Claudine Durbiano en 1980 (Durbiano, 1980).

Figure 46: Evolution de la physionomie du marché de production de Pont-de-l'Isère



1970		2007
	Producteurs-vendeurs	
Origine très locale (communes voisines) Production plutôt spécialisée en pêches (et abricots)	Elargissement rayon d'achalandise et diversification →	Origine de la Moyenne Vallée du Rhône Production diversifiée fruits et légumes
	Types de lots échangés	
Spécialisation en pêches (et abricots) Volumes > 1 tonne Qualité : normalisée, critères commerciaux, pas trop mûrs pour tenir	Variété de demi-gros, qualité fraicheur →	Diversifiés en fruits et légumes Volumes moyens 200-400 kg Qualité : normalisée, fraicheur, 2nd choix possible
	Acheteurs	
Expéditeurs ou grossistes Echelle Grand Est de la France Activité saisonnière	Relocalisation du rayon de chalandise sur les circuits de proximité →	Détaillants et petits grossistes Echelle Rhône-Alpes et Auvergne Activité annuelle

En termes de stratégie commerciale des exploitations, le marché de production joue une importante fonction d'ajustement. En effet, bien qu'il ne concerne qu'un petite proportion des exploitations du bassin et qu'une minorité des volumes mis sur le marché[385], il apporte un service crucial aux producteurs touchés par la crise (économique et/ou sanitaire) ou insatisfaits des circuits d'expédition en offrant non seulement des débouchés nouveaux, disponibles sans investissement commercial particulier, mais également un lieu de prise de contacts et de discussion. Souple d'utilisation, facile d'accès, le marché offre en effet une flexibilité et une adaptabilité permettant de valoriser une partie de la production, en complément d'autres débouchés[386].

En définitive, on peut dire que le marché de production de Pont-de-l'Isère constitue un centre logistique de l'approvisionnement en fruits et légumes du marché de détail spécialisé des régions Rhône-Alpes et Auvergne par la production de la Moyenne Vallée du Rhône. En cela, il demeure un outil d'importance pour la production locale. Il est également un lieu stratégique de construction de circuits de proximité, où producteurs et détaillants, en travaillant en direct, construisent et valorisent une offre dont la variété (en espèces, en variétés, en qualités) et la qualité (où fraîcheur et maturité supplantent les critères de la normalisation commerciale) se différencient de celle proposée par les circuits longs.

Par ailleurs, le constat de la demande croissante des acheteurs particuliers, qui apprécient la qualité et les prix proposés par ce marché, amène à deux remarques. D'une part, cela pose question quant à la gestion du marché de Pont-de-l'Isère par la municipalité. Comment concilier l'opportunité ouverte par cette demande pour les producteurs-vendeurs et ne pas perturber le marché de gré à gré ? A l'instar du marché aux fruits de Vourles, la dimension originale, « authentique », du marché de production constitue-t-elle une attractivité supplémentaire ? Est-il possible de gérer séparément le marché de gré à gré et le marché pour les particuliers ? D'autre part, cela renforce le constat du développement d'une demande régionale pour les fruits issus des circuits de proximité.

Si initialement ce marché s'inscrivait dans le modèle d'expédition du bassin de production, sa fonction est aujourd'hui celle d'approvisionnement du marché de détail régional et supra régional. Les caractéristiques des producteurs-vendeurs, des acheteurs, des lots de fruits qui y sont vendus dessinent les contours d'un marché de proximité des fruits. Dans celui-ci ce sont la diversité et la fraîcheur des fruits qui sont valorisées et le marché de Pont-de-l'Isère constitue un centre logistique. Son rôle de forum économique et social en fait aussi une ressource organisationnelle pour la liberté et la réactivité commerciale des producteurs du bassin.

[385] Il n'existe pas, à l'heure actuelle, de chiffres recensant les volumes transitant sur les marchés de production.

[386] Dans le contexte actuel d'évolution du bassin de production-expédition de la Moyenne Vallée du Rhône, et plus précisément de modification de fonction du marché vers un marché producteurs-détaillants régionaux, on peut penser qu'il y a une influence sur les producteurs usagers. S'ils y viennent à la recherche de nouvelles solutions commerciales, ils seront réorientés vers les circuits de proximité régionaux.

III. Des consommateurs locaux et un marché à développer… des proximités à mieux valoriser

Le dernier type d'opérateur à considérer dans l'analyse de la valorisation des fruits sur les circuits de proximité est le consommateur. Deux lieux communs sont très souvent cités lorsque le sujet du marché régional est abordé avec les opérateurs du bassin de production (filière et encadrement). Le premier est que la consommation régionale ne saurait suffire à écouler la totalité des volumes produits en été, et donc d'autant moins la seule population de la Moyenne Vallée du Rhône. Le second est que le marché local et régional est « saturé » par les producteurs non organisés, et que de ce fait les prix de vente sont plus bas que les prix à l'expédition. Toutefois, l'analyse des circuits régionaux de commercialisation menée jusqu'ici montre que ceux-ci offrent différents types de valorisation et avantages pour la production locale. C'est pour partie parce qu'ils rencontrent des consommateurs demandeurs des qualités offertes sur ces circuits.

L'enjeu est donc de préciser en quoi et à quelles conditions ce « marché régional » est porteur de débouchés commerciaux pour la production locale. Cela repose sur le fait que l'achat de fruits locaux apporte une satisfaction particulière aux consommateurs. Les analyses des pratiques d'achat et des motivations des consommateurs, d'abord à l'échelle régionale, ensuite à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône, permettent de caractériser leurs attentes spécifiques ainsi que leurs contraintes.

1. La demande régionale pour les fruits de circuits courts

a) Estimation des achats de fruits sur les circuits courts et sur les marchés

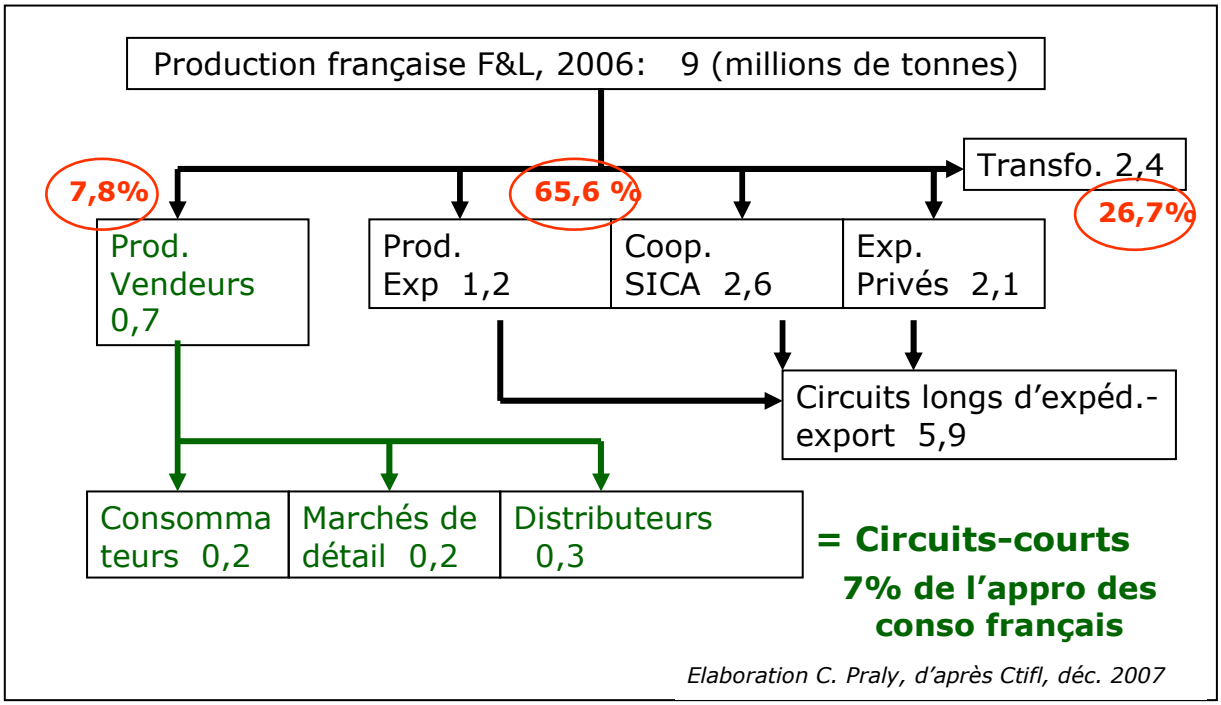
Il est relativement aisé d'évaluer le potentiel de consommation totale de fruits, tous circuits de distribution confondus. En effet, la Drôme comptant 176 000 ménages et l'Ardèche 116 000[387], les achats de fruits en Moyenne Vallée du Rhône peuvent être estimés à environ 22 200t par an[388]. Selon les mêmes calculs, l'aire urbaine de Lyon représente un potentiel d'achats annuels de 42 484t de fruits, et l'ensemble de la Région Rhône-Alpes en achèterait 172 748t chaque année. Ces chiffres concernent toutes les espèces de fruits. La production de la Moyenne Vallée du Rhône ne peut certes pas fournir les fruits exotiques et les agrumes, mais sa grande diversité de production lui donne néanmoins l'avantage de pouvoir couvrir le reste de la gamme.

Toujours selon les statistiques nationales, la grande majorité des fruits et légumes français sont commercialisés via les circuits longs, les circuits courts ne représentant que 7,8% des volumes mis en marché et 7% des volumes achetés par les consommateurs (Hutin, 2007). Selon ces proportions, l'achat annuel de fruits sur les circuits courts représenterait 1540t en Moyenne Vallée du Rhône et 12 092t en Rhône-Alpes.

[387] Source INSEE, recensement 1999.

[388] Considérant que les ménages français achètent annuellement 76 kg de fruits, source : TNS World Panel, moyenne réalisée sur la période 2002-2006.

Figure 47: Les circuits courts dans la distribution des fruits et légumes en France



Mais il y a des variations selon les régions, et les Rhônalpins achètent davantage sur les circuits courts que la moyenne nationale. Nous ne disposons pas de chiffres sur les moyennes d'achat par région, en revanche des données existent quant aux achats sur les marchés. Si en moyenne 17% des achats en valeur et en volume ont lieu sur les marchés, les consommateurs d'Ile de France et du Sud de la France sont ceux qui y achètent le plus[389]. On peut ainsi estimer les achats de fruits sur les marchés à 4 730 t. pour la Moyenne Vallée du Rhône et à 37 140 t. pour Rhône-Alpes. La région Rhône-Alpes compte à elle seule 3 516 marchés par mois (Ctifl, 2006). Et ces lieux de vente, qui jouissent d'une réputation positive auprès des consommateurs[390] ont actuellement le vent en poupe. Ils bénéficient d'un regain d'intérêt depuis quelques années, de la part de nombreux partenaires qui participent à leur soutien : municipalités, chambres de commerce, syndicats de commerçants.

Il reste cependant difficile d'estimer la part des fruits locaux vendus sur les marchés. Si quelques producteurs viennent vendre directement, la plupart des maraîchers présents sont des professionnels qui s'approvisionnent eux-mêmes sur les marchés de production ou chez les grossistes. En outre, pour indicatifs qu'ils soient sur les pratiques régionales d'achat, les marchés ne sont pas les seuls circuits où l'on peut acheter des fruits locaux.

[389] En Région Parisienne, les achats sur les marchés représentent 27% des parts de marché contre 65,3% pour les GMS, dans le Sud-Est, les chiffres sont de 21,5% contre 68,6%, alors que dans l'Est, ils sont de 5,2% contre 85,8% (Cavard et Baros, 2005).

[390] De nombreuses études le montrent, voir notamment : Cavard et Baros, 2005; Cavard et Moreau-Rio, 2002; Vernin et Baros, 2007.

Tableau 36: Estimation des volumes de fruits achetés par circuits de distribution

Estimation en volumes annuels	Moyenne Vallée du Rhône	Rhône-Alpes
Consommation totale de fruits	22 000 t.	172 748 t.
Consommation de fruits achetés sur les circuits courts (7%)	1 540 t.	12 092 t.
Consommation de fruits achetés sur les marchés (21,5%)	4 730 t.	37 141 t.

Il est donc difficile d'évaluer précisément le potentiel d'achat de fruits locaux dans les circuits de proximité pour la Moyenne Vallée du Rhône et la Région Rhône-Alpes. L'importance des achats sur les marchés permet néanmoins de faire l'hypothèse que ce potentiel est supérieur aux chiffres issus des moyennes nationales (Tableau 36). Il s'agit maintenant de comprendre ce que recherchent les consommateurs régionaux sur ces circuits de distribution.

b) Attentes spécifiques des consommateurs régionaux : intérêt pour le producteur par défaut d'information sur la provenance

Deux séries d'enquêtes ont été menées auprès des consommateurs de l'agglomération lyonnaise et des espaces ruraux environnants. Elles montrent que ces personnes ont une connaissance diffuse, imprécise, des territoires fruitiers régionaux qui est liée à la proximité géographique. Mais cette connaissance n'est pas mobilisée comme critère d'achat, à cause du manque d'information sur la provenance des fruits sur les étalages.

La première enquête a été menée en 2005/2006 auprès de 48 personnes habitant dans trois types d'espace de la région : dans Lyon, en espace rural arboricole (Monts du Lyonnais), en espace rural non arboricole (Région de Vienne) (Chazoule et Praly, 2006). L'objectif était d'appréhender leurs pratiques d'achat et de consommation fruitière ainsi que leurs représentations concernant le lien entre les fruits et la notion de terroir. Les résultats montrent que lorsqu'on demande aux consommateurs de citer des territoires fruitiers de la région, la plupart des interviewés évoque les territoires producteurs les plus connus et y associent des productions réputées comme la noix de Grenoble, l'abricot et les marrons de l'Ardèche, les pêches de la Drôme[391]. Cette connaissance leur vient du fait qu'ils se sont souvent rendus sur place, que ce soit en Drôme, Rhône, Ardèche ou Isère, pour différentes raisons (lieu de passage, lieu de tourisme, lieu de travail…). Néanmoins, l'origine géographique des fruits ne constitue pas un critère de choix lors de l'achat, ce qui est principalement expliqué par le manque d'information sur les étalages. Les critères d'achat cités sont d'abord l'aspect visuel, puis le prix et le goût. Ainsi, il se dégage de cette enquête un intérêt général des consommateurs pour les fruits locaux ou de la région, cependant la plupart d'entre eux s'est plaint de ne pouvoir les identifier sur le marché, sauf sur les marchés de plein vent où les producteurs viennent eux même vendre leurs fruits.

En conséquence, la seconde enquête menée en 2006/07 a été orientée vers 49 consommateurs lyonnais achetant dans les lieux de distribution de l'agglomération susceptibles de vendre des fruits locaux et régionaux[392]. L'objectif était cette fois de cerner les motivations des

[391] En revanche, les signes de qualité existant aujourd'hui comme l'AOC Noix de Grenoble sont très méconnus.

[392] Les consommateurs ont été rencontrés sur leurs lieux d'achat, où un rendez-vous a été pris pour la réalisation à domicile d'un entretien semi-directif. Ainsi, ont pu être interviewées : 9 consommateurs d'un marché, 16

consommateurs à venir chercher des fruits sur ces circuits de proximité. Les résultats montrent qu'il existe une demande particulière pour les fruits locaux et régionaux, notamment parce que la fraîcheur, liée à la maturité, constitue une part importante de la qualité recherchée pour ces produits.

En effet, le premier résultat est que les consommateurs qui vont dans ce type de magasin ne le font pas par hasard, mais que c'est au contraire un acte motivé. Les motivations conduisant à l'achat de fruits locaux sont les suivantes. D'abord, la fraîcheur, liée au faible délai de transport permis par la proximité géographique, est un critère très largement cité dans tous les types de commerce. La seconde grande motivation est liée à la provenance locale, qui se traduit par le contact direct avec le producteur lorsque cela est possible ou par une attention particulière accordée à la provenance. Cette proximité avec le producteur et/ou la production rassure sur la qualité du fruit, est gage de confiance, de nombreux consommateurs associant la représentation d'un fruit meilleur, plus sain et plus naturel, à la provenance locale.

Ensuite, de manière plus transversale, on peut identifier ce qu'attendent les consommateurs de ces lieux d'achat :

- des fruits qui ont du goût : les notions de plaisir, de sucré, de juteux, de maturité sont largement évoquées ;
- la naturalité : l'idée que les fruits sont moins traités, ont été peu stockés au frigo, sont plus sains est spontanément associée à celle d'achat direct au producteur ;
- le besoin d'information pour aider à l'achat et à la consommation des fruits, et de confiance envers cette information. On retrouve ce besoin même chez les consommateurs du détaillant revendeur, qui apprécient la compétence et la disponibilité des vendeurs.
- la praticité : les lieux d'achats enquêtés permettent de regrouper l'offre, donc de regrouper les courses de fruits et légumes et parfois d'autres produits frais (sur les marchés, dans le PVC). La question de la mobilité, de l'accessibilité est évoquée par les consommateurs qui disent privilégier un lieu parce qu'il se trouve à proximité de leur lieu d'habitation ou de travail.

Ainsi, l'achat de fruits locaux apparaît motivé par un ensemble d'attentes, plus ou moins objectives, sous-tendues par la notion de proximité entre la production et le consommateur. Ces attentes sont avant tout la fraîcheur, permise par le faible délai de transport, mais également la notion de naturalité, de produits plus sains, moins traités. La confiance quant à la qualité des fruits que l'on va acheter est également une dimension importante pour ces produits si variables, dont on peut facilement être déçu. Il semble que ce soit bien cette qualité spécifique d'une offre de proximité, non présente dans les autres magasins, qui soit recherchée à travers l'achat sur les circuits de proximité.

De fait, par défaut d'information sur la provenance des fruits dans les magasins généralistes, les consommateurs cherchant des fruits locaux s'orientent vers les circuits de distribution permettant de les trouver. Et ces circuits sont soit les distributeurs spécialisés en produits frais, assurant une qualité et une information suffisante, soit les circuits faisant un lien avec le producteur : les marchés de producteurs et magasins de producteurs. Les marchés sont enfin un circuit mixte, où les fruits et légumes occupent une large place et où l'on trouve également des producteurs.

---

consommateurs d'un marché de producteurs, 8 consommateurs d'un Point de Vente Collectif (Uniferme) et 16 consommateurs d'un détaillant spécialisé (Cerise et Potiron).

Enfin, une étude menée lors de la campagne où devait être lancé l'identifiant Rhône-Alpes pour les fruits confirme ces résultats. Interrogés sur ce qu'ils attendraient de fruits portant cet identifiant, les consommateurs[393] déclarent unanimement qu'en voyant une provenance régionale, ils s'attendent à trouver une fraîcheur et une qualité gustative supplémentaire des fruits identifiés. Ils supposent que la proximité des bassins fruitiers pourrait permettre une meilleure maturation des fruits et la diminution du temps de transport. Ces deux éléments réunis seraient pour eux le gage d'une « *préservation voire une augmentation de la qualité du fruit* ». En effet *: « je pense que ces produits sont ramassés mûrs car ils sont produits en Rhône-Alpes. »* (Ponchon et Morliere, 2006). Les interviewés déclarent être prêts à payer un peu plus cher des fruits portant l'identifiant Rhône-Alpes s'ils trouvent cette qualité supérieure.

Il y a donc bien une demande spécifique pour les circuits de proximité. En achetant sur ces circuits, les consommateurs cherchent une qualité de fruits différente de celle trouvée dans les magasins généralistes : plus frais, meilleur goût, moins de déception quant à la qualité. Les circuits offrant un lien avec le producteur, même s'il n'est pas garanti comme sur les marchés, sont ceux qui apportent le plus de confiance quant à cette qualité recherchée.

Au sein de la Moyenne Vallée du Rhône, au cœur de l'espace de production, l'accès direct aux producteurs parait plus facile que pour les habitants de l'agglomération lyonnaise. Les pratiques de consommation sur les circuits de proximité semblent donc être plus importantes.

2. En Moyenne Vallée du Rhône, caractéristiques sociodémographiques et culturelles favorables à la consommation de fruits en circuits courts

Les habitants sont non seulement situés au cœur du bassin de production, mais ils sont aussi bien desservis par un réseau d'axes de communication, ce qui participe de l'accessibilité et de l'habitude d'achat sur les circuits de proximité. En effet, il s'avère que non seulement la dynamique sociodémographique mais également la culture locale sont favorables à une consommation importante sur ces circuits. Les attentes n'en sont pas moins spécifiques, différentes de ce que l'on cherche dans les circuits généralistes.

a) Dynamique sociodémographique favorable à la consommation de fruits en circuits courts

Deux caractéristiques socio-démographiques de la Moyenne Vallée du Rhône sont particulièrement favorables à la consommation de fruits en circuits courts : la dynamique d'urbanisation et l'importance des migrations quotidiennes en voiture.

La dynamique d'urbanisation décrite dans la Moyenne Vallée du Rhône se fait à la faveur d'une population que l'on peut estimer comme consommatrice de fruits. En effet, on a décrit dans le chapitre premier l'arrivée de trentenaires, de familles de catégories socioprofessionnelles supérieures dans la vallée du Rhône et la Drôme des Collines. En outre, la population globale de la Moyenne Vallée du Rhône est constituée pour plus d'un tiers par des retraités, et la proportion de ménages d'agriculteurs est relativement élevée[394]. Ainsi, Le

[393] Au total, 15 personnes ont été interrogées sur leur lieu de course, elles ont été suivies lors de leurs actes d'achat qu'elles devaient commenter, afin de saisir leurs critères de choix sans les influencer par nos questions. Ensuite, 14 autres personnes ont été interviewées à domicile, de manière semi-directive, en présence des affiches et logo de l'identifiant Rhône-Alpes.

[394] Elle représente 2,9% en Drôme des Collines et 2,1% en Ardèche Verte ce qui est plus important que la moyenne régionale (1,3%) et proche de l'espace de référence pour les territoires ruraux (2,4% comprenant Rhône-Alpes moins les 11 aires urbaines). Elle représente 1,5% sur le territoire Vallée de l'Eyrieux-Grand valentinois, ce qui est supérieur à la moyenne de l'espace de référence (0,6% sur les 11 aires urbaines de Rhône-Alpes). Source : INSEE Rhône-Alpes, portraits de territoires.

renforcement par les flux migratoires d'une population familiale, composée d'actifs à niveau de vie moyen, ainsi que la présence importante de retraités et personnes proches du milieu agricole constitue donc un facteur favorable à la consommation des fruits. En effet, l'âge est le premier des facteurs sociodémographiques influant la consommation des fruits et légumes. Plus l'âge augmente, plus la consommation croît en quantité et en diversité, au moins jusqu'à 60-65 ans. En outre, les personnes mariées ou vivant en couple ont une consommation de fruits et légumes supérieure, de même que celles disposant de temps pour les cuisiner (Amiot-Carlin et al., 2007). Cette population particulièrement consommatrice de fruits est amenée à se déplacer beaucoup, ce qui peut être favorable à l'achat de fruits sur les circuits courts.

Par ailleurs, à cause du relief, de la concentration des activités économiques dans les aires urbaines de la vallée, de l'éloignement des arrière-pays vis-à-vis des services, la grande majorité des habitants de la Moyenne Vallée du Rhône a à se déplacer quotidiennement et en voiture (cf. chapitre 1). Ces migrations souvent individuelles, traversant le cœur du bassin de production, permettent facilement aux habitants de s'arrêter sur les lieux de vente de fruits comme les stands de vente directe, les détaillants et les ventes à la ferme, situés près des axes. Le fait d'être en voiture permet d'acheter les fruits en plateau, difficiles à porter autrement. En outre, il faut mentionner également les migrations saisonnières des touristes qui passent par la moyenne vallée du Rhône pour rejoindre les lieux de vacances estivales. Ils constituent également une population susceptible de s'arrêter en route pour acheter des fruits frais.

Ainsi, la densité des infrastructures de transport, ainsi que les caractéristiques sociodémographiques de la population traversant régulièrement la moyenne vallée du Rhône constituent une caractéristique favorable au développement de la consommation de fruits sur les circuits de proximité. Non seulement les catégories de population les plus consommatrices de fruits sont présentes en proportions élevées et/ou en augmentation, mais en plus les habitants se déplacent très fréquemment en voiture, ce qui est favorable à l'accès aux circuits courts. Par ailleurs, les études sur la consommation des fruits et légumes montrent généralement la corrélation positive entre niveau d'éducation, niveau de revenu et consommation, excepté dans les pays producteurs où même les personnes à revenu faible consomment beaucoup de fruits (cas de la Grèce, l'Espagne, le Portugal, la Pologne et la Hongrie) (Amiot-Carlin et al., 2007). Ce constat souligne l'influence de la culture locale, qui peut imprégner les populations des espaces de production. Cela est également le cas en Moyenne Vallée du Rhône.

b) Une culture locale de la consommation de fruits frais et d'achats en circuits de proximité

L'arboriculture fruitière existant sur l'ensemble du territoire depuis le début du siècle précédent, il perdure aujourd'hui encore, surtout dans les espaces les plus ruraux, non seulement une consommation importante de fruits, mais également une connaissance spécifique des ces produits complexes, de leurs qualités et de leurs usages. En outre, l'habitude d'aller chercher un plateau de pêches mûres directement à la ferme est inhérente à l'existence de l'arboriculture fruitière. Cette pratique et sa mémoire sous-tendent une culture locale de l'achat de fruits aux producteurs. Celle-ci est confirmée par les producteurs-vendeurs, par des acteurs « experts » du territoire et enfin, par des enquêtes réalisées auprès des habitants.

D'abord, les enquêtes réalisées auprès des producteurs vendant en direct aux consommateurs soulignent bien le rôle de la demande locale dans le développement de cette pratique : « *C'est venu parce que beaucoup voyait leur chiffre, leur revenu baisser et ont démarré sur ce*

système et puis y'avait la demande du consommateur »[395], « *Il y avait aussi pas mal des habitudes que les gens venaient directement chercher leurs pêches au producteur, mais l'exploitant n'arrangeait pas de local. Le soir ils passaient et se disaient : « oh tient, si j'achetais un plateau de pêches mûres ? ». Ils demandaient justement des pêches mûres. Ca a toujours été des pêches mûres* »[396].

Par ailleurs, les acteurs du développement territorial, connaisseurs des habitudes de leurs territoires, confirment l'importance de la culture locale de l'achat de fruits aux producteurs :

« *Pour les consommateurs qui achètent directement au producteur, on peut faire le pari que c'est surtout des gens locaux liés à ces problèmes de transport, de durée de vie des produits. De plus beaucoup de zone arboricole sont situées à l'intérieur des terres donc il faut y aller. Donc c'est bien des locaux qui vont sur ces types de marchés. Historiquement, on est dans un bassin arboricole, et les gens sont habitués à un certain type de consommation, le nord Drôme est aussi une population relativement rurale, le renouvellement de la population se fait par le territoire. Ce qui signifie que beaucoup de personnes ont encore des relations avec des agriculteurs, soit une culture agricole présente et on a eu une habitude à aller chercher les produits à la ferme. Et ça je pense que c'est quelque chose d'important et caractéristique de la Drôme des collines* »[397]. « *Donc les circuits-courts, je sais pas comment ça marche sur d'autres territoires, mais nous sur la Drôme des Collines et sur les territoires plus au sud de la vallée de la Drôme il y a une espèce de culture de la Provence qui fait qu'il y a quand même pas mal de gens qui vont directement du producteur au consommateur* »[398].

Ce premier constat concernant la demande actuelle mérite d'être validé et approfondi par des enquêtes auprès des consommateurs. Nous n'avons pas eu les moyens de réaliser une enquête quantitative pour évaluer les pratiques des consommateurs habitants. Néanmoins, des travaux réalisés par les étudiants montrent une tendance et une sensibilité importantes pour l'achat de fruits locaux.

Une enquête réalisée en 2006 par les étudiants de la MFR d'Anneyron, menée auprès de 280 consommateurs[6] de la Drôme des Collines pointe deux particularités locales : l'origine géographique locale apparaît être le troisième critère de décision d'achat de fruits (pommes et poires) ; le marché est le premier lieu d'achat[7], essentiellement par habitude. Enfin, 72% des personnes interrogées s'attendent à trouver des fruits de la région dans un commerce de proximité. Même si ces indications revêtent un caractère encore approximatif, elles confirment l'existence d'une demande sur ce segment.

Une autre enquête réalisée en 2007/2008 par les étudiants de l'ISARA montre des résultats allant dans le même sens. Au total 223 habitants des cantons de Anneyron et de Tain-l'Hermitage ont été questionnés par téléphone, et plus de 65% d'entre eux déclarent acheter plus de la moitié de leurs fruits sur les circuits courts (producteurs et marchés). L'autre partie des fruits est essentiellement achetée en grande surface. Suite à ce premier filtre téléphonique, 26 consommateurs ont été interrogés pour comprendre leurs motivations et leurs attentes vis-à-vis des circuits courts. Les résultats montrent que la première motivation d'achat en circuits courts est de trouver des fruits de qualité supérieure à celle proposée en grande surface : plus

[395] Producteur, enquête décembre 2007.

[396] Producteur, enquête décembre 2007.

[397] Animateur territorial de la Chambre d'Agriculture de la Drôme, enquête décembre 2007.

[398] Directeur du Pays Drôme des Collines, enquête décembre 2007.

[6] Source : soirée de restitution des résultats de l'enquête, 15 juin 2006, MFR d'Anneyron.

[7] Au niveau national, le marché est le second lieu d'achat de fruits, après les GMS, mais est le lieu d'achat préféré de 50% des français (Cavard, Moreau-Rio, 2002).

mûrs, plus frais, meilleure conservation, etc. Ensuite, viennent à peu près de manière égale l'intérêt pour le contact avec le producteur et la praticité de l'accès à ces circuits. Le lien avec le producteur apporte convivialité, conseils, service et confiance. Il est souvent ancien, il y a une fidélité de la part des consommateurs pour leur producteur. Il facilite ainsi le choix et la confiance au moment de l'achat, notamment puisqu'il permet de goûter les fruits avant de les acheter. La praticité vient de la proximité géographique : pour ces habitants ruraux, les producteurs ou les marchés sont souvent plus faciles d'accès que la première grande surface. En revanche, les avis sont très partagés sur les prix pratiqués par les producteurs. Si certains consommateurs affirment aller sur les circuits courts pour trouver des prix inférieurs à ceux des grandes surfaces (et expliquent avoir fait des comparaisons de prix), d'autres évoquent des prix supérieurs, pas toujours bien justifiés. Enfin, tous les consommateurs interrogés s'accordent sur l'intérêt d'une meilleure information quant aux conditions de production, et surtout sur la connaissance des différents producteurs susceptibles de vendre des fruits[399].

Il y a donc réellement, en Moyenne Vallée du Rhône, une population particulièrement consommatrice de fruits issus des circuits courts. Non seulement elle y trouve une qualité gustative et un service supérieurs à ce qui est proposé en GMS, mais également, ces circuits sont faciles d'accès pour la population rurale et la relation suivie avec le producteur facilite le choix et la confiance au moment de l'achat. Néanmoins, ce marché généralement considéré comme « allant de soi » puisque situé au cœur du bassin de production n'en a pas moins besoin de plus de lisibilité et de confiance. En effet, avec la succession des générations, la diminution du nombre d'arboriculteurs et le renouvellement de la population locale, les liens entre production et population locale ne sont plus si évidents qu'auparavant. Une enquête menée à Valence, ville située au cœur du bassin de production, montre que dès lors que l'on s'éloigne des espaces de production, le lien producteur – consommateur se distend.

3. Cas des consommateurs valentinois : un marché local à développer à condition d'une meilleure praticité et de renouer la confiance

Nous avons profité de l'évènement organisé en plein cœur de Valence lors de la Fraich'Attitude 2007[400] pour interroger les visiteurs s'approchant du stand de dégustation de fruits drômois. L'objectif de l'enquête, menée par une approche qualitative[401], était de comprendre quelles sont les motivations qui conduisent, ou non, les valentinois à acheter préférentiellement des fruits provenant de la Moyenne Vallée du Rhône.

Sur les 18 personnes interrogées, 15 décrivent avoir des pratiques d'achat favorisant les fruits « locaux ». Nous entendons par fruits « locaux », des produits issus de la production de la Drôme et de l'Ardèche. Ils peuvent donc être ciblés par les consommateurs soit via l'indication de provenance, soit via l'achat direct à un producteur (à la ferme, sur le marché, dans un magasin collectif de producteurs, etc.). L'analyse des pratiques et des motivations

[399] A ce titre, tous ont répondu très favorablement à l'idée de réaliser un annuaire des producteurs – vendeurs.

[400] Organisé par Interfel, Aprifel, Fruit Plus et les Jeunes Agriculteurs de la Drôme. La Fraich'Attitude est une animation annuelle, pilotée par l'interprofession des fruits et légumes, destinée à communiquer auprès du grand public sur les bienfaits nutritionnels de la consommation de fruits et légumes frais.

[401] L'approche qualitative a été retenue, compte tenu des moyens disponibles pour cette journée (1 seul enquêteur) et de l'objectif compréhensif de l'étude. 18 personnes ont été interviewées sur la place, sous forme de courts entretiens semi-directifs enregistrés (environ 5 minutes). L'enquêteur demandait de décrire les lieux d'achats de fruits et les raisons de ces pratiques, et essayait de comprendre en quoi l'origine locale et/ou l'achat direct à un producteur intervenaient dans le choix.

Les entretiens ont été retranscris intégralement, puis traités par la méthode de l'analyse thématique.

d'achat de fruits permet de dégager trois profils-types de consommateurs valentinois[402]. Ensuite la mise en perspective des résultats avec les observations faites sur place et les discussions avec les producteurs présents met en évidence la distension des liens entre les consommateurs valentinois et les producteurs locaux.

a) Les trois profils-types de consommateurs locaux

Cette typologie montre des liens forts entre connaissance de l'arboriculture, pratiques d'achats des fruits locaux et motivations pour celles-ci, et notions de praticité et d'organisation pour le consommateur (Tableau 37).

Tableau 37: Les trois profils-types de consommateurs valentinois

Profil-type	Rapport à la production locale	Pratiques d'achat	Motivation pour l'achat de fruits locaux	Principales contraintes, freins à l'achat de fruits locaux
Achat de fruits locaux dominant	Connaissance de la production fruitière. Consommation engagée	Marché urbain, chez les producteurs. Complément en GMS, GSF et magasins bio.	Produits sains, naturels Fraîcheur Relation au producteur Soutien à la profession Maturité, achat en plateau Rapport qualité /prix	Exigence qualité sanitaire Tolérant vis-à-vis qualité-maturité
Achat de fruits locaux complémentaire	Sensibilité à la provenance des fruits et à leur qualité	Majorité en GMS, superettes ou GSF. Complément sur les marchés urbains, chez une coopérative	Fraîcheur Confiance au producteur Produits sains, naturels Qualité gustative	Perte de temps (besoin de grouper les courses) Mobilité, accès à l'offre Economique : prix inférieur en GMS
Pas d'achat de fruits locaux	Méconnaissance totale de la filière Présupposé que les magasins proposent des fruits locaux	En GMS, sur le marché, en supérette	Aucune Déçu du goût	Gain de temps et proximité du lieu d'achat sont déterminants. Méconnaissance

[402] Sur les 18 personnes interrogées (dont 2 couples), 13 habitent l'agglomération valentinoise (Drôme et Ardèche), les autres vivent dans le bassin de production (2 à Annonay, 1 à Loriol-sur-Drôme, 1 près de Montélimar) et 1 vit à Paris.

i. Achats de fruits locaux dominant ou exclusif (au moins en saison)

Ce profil rassemble neuf consommateurs qui se caractérisent par une consommation engagée et une connaissance de la production fruitière, qui constituent une demande avertie à motivations et pratiques d'achat complexes.

Quatre d'entre eux présentent des liens professionnels et/ou personnels avec les acteurs de la production fruitière et c'est le seul groupe comprenant des personnes qui revendiquent une approche politique de la consommation, ou une façon de consommer différente de la consommation de masse : « *manger moins mais mieux* ». Ces consommateurs disposent d'un pouvoir d'achat correct : ils ont moins de 60 ans et un niveau de vie moyen à élevé.

Ils habitent à Valence et en milieu rural de la Drôme et de l'Ardèche, ce qui influe sur leurs lieux d'achats de fruits locaux. Les Valentinois déclarent acheter essentiellement leurs fruits sur le marché en privilégiant les producteurs. Les ruraux drômois et ardéchois, ainsi qu'un Valentinois ayant une résidence secondaire en campagne, déclarent acheter leurs fruits soit dans les magasins collectifs de producteurs, soit directement chez les producteurs. Les achats complémentaires, notamment en hiver, sont effectués dans les GMS pour deux personnes, à « Grand Frais » pour une et dans les magasins bio pour deux personnes.

Leurs motivations d'achat sont variées et complexes, mais dominées par la recherche de naturalité et de fraîcheur, représentations associées à celle du producteur. Elles se déclinent comme suit :

- la notion de produits sains, plus naturels, bio ou allant vers le bio est citée cinq fois. La représentation associant les producteurs à l'idée de fruits « *moins traités* », que « *les producteurs font attention à leurs produits* »est forte. La dimension écologique est renforcée par le fait qu'un produit local a dégagé peu de pollution pour son transport.
- la fraîcheur, ainsi que le plaisir de la relation avec le producteur sont des motivations énoncées quatre fois chacune. Pour les personnes interrogées, un fruit produit localement n'a pas eu à voyager longtemps, et s'il est vendu directement par le producteur, il n'aura pas subi trop de manipulations. La relation au producteur est évoquée soit par des personnes pour qui les producteurs sont des amis ou connaissances personnelles, soit professionnelles, ou encore par des personnes qui apprécient de pouvoir échanger sur le métier : *« Et puis globalement j'aime bien rencontrer les producteurs, discuter avec les gens, de ce qu'ils produisent. Souvent il y a quand même une certaine chaleur, hein quand ils décrivent ce qu'ils font, parce que c'est aussi quelque chose qu'ils aiment faire, donc ça fait aussi partie de la relation quoi. ».*
- la volonté de soutenir la profession agricole est évoquée par deux personnes : « Parce que j'encourage les producteurs qui font ces démarches : l'agriculture, ce sont des métiers de proximité, locaux, qui ne sont pas délocalisables ceux-là. Donc je préfère encourager ceux là plutôt que la grande distribution. »
- la possibilité de pouvoir choisir des fruits à maturité est évoquée par deux habitants ruraux, allant directement se servir chez les producteurs.
- l'achat des fruits en plateau, possible chez les producteurs, est souligné par une personne (agricultrice éleveuse), qui considère les fruits d'été comme des « *produits à part* », « *fragiles* », qui ne devraient pas être vendus en vrac.

Les consommateurs de ce groupe, de par leur connaissance de la fragilité des fruits frais, sont compréhensifs et apprécient le bon rapport qualité / prix proposé par les producteurs-vendeurs. Ce groupe est en effet le seul à présenter des personnes (trois) jugeant le rapport

qualité/prix meilleur lors de l'achat direct au producteur qu'en grande surface[403]. Les personnes ont conscience des spécificités des fruits par rapport aux autres produits alimentaires. Elles mentionnent leur fragilité et comprennent les problèmes induits pour la commercialisation de fruits à maturité. Elles sont donc tolérantes à cet égard. En revanche, la question de la qualité phytosanitaire des fruits est considérée plus sévèrement par cinq personnes qui recherchent des produits bio ou moins traités, parce que jugés meilleurs pour la santé.

ii. Achats de fruits locaux complémentaires d'une consommation standard

Ce profil rassemble des consommateurs sensibles à l'offre de fruits locaux mais dont les pratiques d'achat sont contraintes pour des raisons financières et de praticité (temps, mobilité).

Parmi les six personnes de ce profil, deux catégories de consommateurs se dessinent. D'abord, quatre personnes retraitées, à niveau de revenu faible à moyen, à mobilité souvent réduite, habitant l'agglomération valentinoise. Ensuite, deux jeunes femmes, active ou mère d'enfant en bas âge, vivant à Paris ou dans la campagne ardéchoise. Toutes ces personnes se caractérisent par des contraintes organisationnelles (problème de mobilité ou de temps) et économiques fortes contraignant leurs pratiques d'achat.

Pour des raisons de praticité, les principaux achats de fruits sont effectués dans les grandes surfaces permettant le regroupement des courses, et des prix jugés plus économiques. Les personnes retraitées citent également des supermarchés spécialisés comme « Grand Frais », « Provence Halles », le rayon tenu par « Grand Frais » d'une grande surface classique, ou encore l'épicier du quartier permettant d'éviter tout déplacement. L'évocation de distributeurs spécialistes du fruit témoigne malgré tout de la recherche de fruits de qualité, et de la sensibilité particulière envers ce produit.

Pour ce qui concerne les fruits locaux, deux lieux d'achat sont mentionnés, correspondant à des motivations différentes :

- le marché du centre ville (Valence, Annonay ou Paris), avec préférence pour les producteurs, est cité par les deux jeunes femmes et deux retraités. Les motivations des premières sont la fraîcheur des fruits et la relation au producteur. Les seconds mentionnent également la fraîcheur ainsi que la confiance accordée au producteur. Ils achètent régulièrement aux mêmes producteurs, qu'ils ont appris à connaître et auxquels ils font confiance quant à la qualité des produits : *« Là sur le marché, ça fait des années, et on vient régulièrement chez lui, c'est sûr. Ses produits sont bons… ».*
- le magasin d'une coopérative de Saint-Peray, qui vend des pommes en grandes quantités, est cité par deux retraités pour la qualité gustative des fruits et leur bonne conservation, ce qui évite d'en racheter trop souvent.

Ainsi, les motivations mentionnées pour l'achat de fruits locaux se résument à la fraîcheur, la confiance accordée à un producteur, l'idée que les fruits vendus par les producteurs sont moins traités, et enfin la qualité gustative et la praticité d'achat groupé de pommes.

Concernant les opinions sur les prix appliqués par les producteurs, les 3 personnes qui se sont exprimées sur le sujet les jugent chers, et une quatrième le sous-entend en déclarant préférer l'achat en GMS pour des raisons économiques. Le fait que le producteur aligne ses prix à ceux des grandes surfaces est mal compris, jugé exagéré, et la peur de « l'arnaque » par les vendeurs sur le bord des routes est exprimée.

[403] Ils constatent que si c'est souvent le même prix qu'en grande surface, la qualité est meilleure : meilleur goût, meilleure conservation des fruits.

L'idée de contrainte dans le choix des pratiques d'achat est également évoquée. Les jeunes femmes et un couple de retraités déclarent faire attention à l'origine des produits en GMS, et essayer ou souhaiter acheter français, ce qui est rendu difficile par les prix attractifs des fruits étrangers : *« Ben je suis sensibilisée alors c'est vrai que… ben c'est un peu contradictoire mais c'est vrai que des fois je me dis « allez, je vais faire attention quand même »… »*. De même, les retraités n'ayant pas de voiture évoquent leurs difficultés à se rendre sur le lieu du marché en bus, ce qui les contraint à leur épicerie de quartier, ou expriment le souhait de pouvoir aller acheter dans un magasin de producteurs bio, en campagne.

iii. Pas d'achat de fruits locaux

Ce profil rassemble trois consommateurs dont la demande est axée sur la praticité d'achat et la qualité gustative, pour qui l'origine locale des fruits parait être une évidence.

Seulement 3 personnes interviewées déclarent des pratiques d'achat ne prenant en compte ni l'origine des fruits, ni l'achat direct à un producteur. Ce sont des urbains actifs, entre 30 et 60 ans, à revenu moyen à élevé. Tous habitent Valence et sont d'origine de la Drôme ou de l'Ardèche, de familles non agricoles. Elles ne présentent pas de liens avec la profession fruitière.

Les lieux d'achat de fruits varient selon les personnes. Ils sont essentiellement déterminés par la volonté de gain de temps et le besoin d'accessibilité pour ces personnes urbaines actives, qui recherchent le goût, le prix ayant une importance secondaire :

- le primeur de centre ville : situé à proximité du lieu de travail (« *pas besoin de prendre la voiture* ») et fournissant des fruits jugés frais ;
- le marché de Valence : permet de trouver des fruits qui ont du goût (choix après avoir fait le tour et senti tous les étals) et regroupement de l'offre ;
- les GMS : regroupement des courses et prix intéressants.

Aucun intérêt particulier n'est porté à l'origine des fruits. Mais lorsque la question est abordée, deux personnes déclarent supposer que les produits de leurs distributeurs viennent de la région. Cela leur parait logique, même pour des raisons économiques *« mais j'imagine que dans un centre commercial à côté de chez moi, que les fruits proviennent de la région, parce que en grande distribution ils sont moins chers, donc comme il y a pas de transport, logiquement ça vient d'à côté. »*, mais concluent finalement ne pas avoir demandé au vendeur. La troisième personne, déçue par la qualité gustative des fruits actuels, trouve que le goût n'est pas toujours meilleur en achetant directement aux producteurs. Cela ne vaut donc pas la peine de se déplacer pour aller chez les producteurs.

Ce groupe de personnes montre donc un intérêt dominant pour les conditions de praticité de l'achat de fruits, ainsi que pour leur qualité (fraîcheur et goût). L'origine ou l'achat direct au producteur ne sont pas des critères de choix, d'une part, parce que l'origine locale n'est pas forcément synonyme de meilleure qualité gustative, et d'autre part, parce que la situation de Valence au cœur de la zone de production laisse supposer que les fruits en proviennent.

Ainsi, à Valence, les motivations principales pour l'achat au producteur relèvent de la recherche de fraîcheur et de plus de naturalité, la représentation étant forte que les produits achetés aux producteurs sont moins traités que ceux trouvés dans les grandes surfaces. Le producteur est le vecteur de confiance quant à la qualité-fraîcheur du fruit, à son mode de production, que semble rechercher le consommateur. En revanche, le prix et la qualité gustative font l'objet d'un important déficit de confiance. Les consommateurs ne sont pas certains de trouver une bonne qualité gustative en achetant à un producteur, ils ne font donc pas automatiquement cet effort (du déplacement, de la recherche). De même, une forte

méfiance, une incompréhension est exprimée vis-à-vis des prix pratiqués par les producteurs. Certaines personnes interrogées ne trouvent pas justifié l'alignement sur les prix de la grande distribution. Enfin, soulignons la méfiance évoquée envers les stands de vente le long des routes[404], le doute quant au statut réel du vendeur et la provenance des fruits. La peur de l'arnaque est évoquée. Ce manque de confiance est à relier au manque de liens entre producteurs et consommateurs.

b) Un lien à renouer entre production et consommateurs-habitants

Cette « crise de confiance » peut s'expliquer par une méconnaissance de la production locale. Les questions posées par les consommateurs aux producteurs sur le stand de dégustation tout au long de la journée le confirment. Les thématiques évoquées le plus souvent par les visiteurs sont :

- La qualité gustative et l'origine drômoise des fruits : Les gens étaient surpris par le goût des fruits, pensant que les meilleurs avaient été sélectionnés pour le stand : « *vous les avez triés ?* ». De même, un grand étonnement a été témoigné par rapport à la précocité des fruits présentés. Beaucoup de personnes pensaient qu'il n'y avait pas d'abricot ni de pêche produits dans la Drôme à cette date, et que ceux-ci pouvaient venir d'Espagne ou du Maroc : « *est-ce que c'est des fruits de la Drôme ?* ».
- La qualité phytosanitaire des fruits : les fruits sont-ils traités ? quelles sont les répercutions ? etc. Les visiteurs étaient très remontés sur ce thème, évoquant les problèmes pour la santé, allant parfois jusqu'à affirmer que les fruits « *ne sont pas bons parce qu'ils sont trop chimiques* ». Le dialogue est difficile sur ce sujet, les producteurs essaient d'expliquer la nécessité et l'encadrement des traitements, mais les avis sont assez tranchés, les consommateurs restent sceptiques.
- Les lieux d'achat des fruits présentés : les gens demandent d'abord s'ils peuvent acheter les fruits présents, puis demandent où en acheter : « *on les trouve où ?* ». Les producteurs ne savent pas que répondre, pas préparés à cette question, et ayant peur de privilégier l'un ou l'autre des producteurs alors qu'ils sont ici pour représenter toute la filière (posture syndicale). L'un conseille de suivre les panneaux sur les bords des routes, menant aux exploitations, ou d'aller dans les coopératives qui revendent les fruits mûrs ; l'autre conseille les magasins comme Grand Frais, où les produits sont bons mais pas automatiquement de la Drôme.

Ainsi, il manque actuellement de dispositifs permettant de solutionner ce problème de confiance, à la fois sur le prix, la qualité gustative et phytosanitaire et sur l'origine des produits. Les consommateurs locaux ont besoin de points de repères les informant et les rassurant sur ces différentes questions, sachant que ce qui est compris est beaucoup mieux accepté[405]. Aujourd'hui, le lien direct au producteur semble l'unique point de repère disponible ou reconnu par les consommateurs, mais il n'est pas suffisant. D'autres médias peuvent être mobilisés pour donner plus de lisibilité à la production locale, non seulement indiquer où acheter des fruits locaux, mais également donner des informations sur les prix, les engagements des producteurs en termes de qualité gustative et phytosanitaire (charte, informations/publications officielles, etc.). Certes, certains dispositifs existent déjà comme le réseau « Bienvenue à la Ferme » par exemple, mais nécessitent certainement une plus grande communication puisqu'ils ne sont pas du tout cités dans les entretiens. En revanche,

[404] Une personne seulement, habitant en milieu rural, déclare acheter régulièrement au bord de la route.

[405] À l'exemple des consommateurs avertis qui reconnaissent la fragilité des fruits frais, donc acceptent mieux les aléas de la maturité.

l'évocation des magasins collectifs et des problèmes de praticité souligne la nécessité et le manque d'une offre adaptée aux différentes contraintes des consommateurs.

En effet, cela nous conduit à considérer les principales contraintes ou limites soulevées par les consommateurs pour leurs achats de fruits locaux. Deux grands facteurs organisationnels sont mentionnés, influant l'un sur l'autre. La recherche de minimisation du temps accordé aux courses conduit à privilégier les lieux où l'offre est groupée (GMS, marché, magasins collectifs de producteurs), et concerne essentiellement les achats de personnes actives. Le problème de l'accessibilité au lieu de vente, relié à celui de la mobilité des consommateurs, constitue le second facteur. Beaucoup de personnes âgées ne conduisent plus, tout comme certains urbains ne souhaitent pas avoir à sortir de la ville pour acheter leurs fruits. De manière générale, un lieu d'achat proche du domicile ou du lieu de travail, économisant un transport parfois pénible et toujours jugé « long », est recherché. La levée ou l'amélioration de ces contraintes pourraient permettre de dégager de nouveaux débouchés, trop souvent occultés derrière l'*a priori* que Valence étant au cœur d'une région de production, les consommateurs ont naturellement accès aux producteurs. Ce travail montre que ce n'est pas si évident et des solutions restent à développer. Le regroupement de l'offre reste une demande forte, ainsi que son accessibilité[406].

Au cœur du bassin de production, on constate donc le décalage entre des représentations et une mémoire encore forte des « *bons fruits du producteur* » et la crise de confiance actuelle envers la production. Le lien qui a pu exister[407] a été distendu par le temps. L'industrialisation de l'arboriculture a laissé de nombreuses représentations négatives et des craintes chez les habitants. La confiance fait cruellement défaut. Cette crise de confiance qui s'enracine dans les derniers scandales alimentaires est renforcée par le manque de lien concret entre consommateurs et producteurs, par la méconnaissance des uns envers les autres. En outre, le manque de lisibilité de la production locale, de traçabilité des fruits locaux dans les étalages, l'anarchie des stands de vente au bord des routes contribuent à brouiller les pistes pour le consommateur, donc les supports de son éventuelle confiance. En définitive, le marché valentinois pourrait être développé pour la vente de fruits locaux, à condition d'élaborer un dispositif permettant de répondre à la fois au besoin de confiance (sur les prix, la qualité gustative et phytosanitaire) et aux besoins de praticité et de service.

Il n'y a donc pas un type de consommateurs demandeur de fruits issus des circuits de proximité, mais plusieurs. Tous attendent une qualité spécifique en achetant un fruit sur un circuit court ou de provenance locale, le minimum étant une fraîcheur, une qualité gustative supérieure à celle que l'on trouve sur les autres circuits. En revanche, cette analyse montre que les pratiques et les attentes des consommateurs varient selon la proximité géographique et d'interconnaissance qu'ils entretiennent avec la production arboricole et les producteurs.

Pour les habitants ruraux de la Moyenne Vallée du Rhône, ces deux proximités sont grandes. Les circuits courts sont synonymes de qualité (fraîcheur, maturité, goût), de praticité, de service (choix, gamme), de confiance et d'habitude. L'achat fidèle, auprès du même producteur ou maraîcher, est le meilleur gage de satisfaction. Pour les habitants de l'agglomération lyonnaise, ces deux proximités sont plus faibles. Les circuits courts et

[406] Pourquoi ne pas créer un magasin de producteurs au cœur de la ville, sans toutefois concurrencer le marché ? Des livraisons à domicile, ou en des points de dépôt dans divers lieux de la ville peuvent aussi être réfléchis, etc.

[407] A-t-il vraiment existé dans ce bassin de production voué à l'expédition (cf. chapitre 2) ou est-ce un fantasme collectif ?

magasins spécialisés sont l'alternative à la distribution généraliste pour trouver des fruits plus frais, mieux présentés, être mieux conseillé. Les consommateurs associent l'idée de l'achat direct au producteur avec celle de produits plus « naturels », moins traités, moins « industriels ». Enfin, pour les habitants de Valence, la proximité géographique parait grande mais l'interconnaissance et l'accessibilité à l'offre sont brouillées. Les consommateurs expriment des représentations positives vis-à-vis du bon goût des fruits du passé, et une grande partie d'entre eux recherchent l'achat auprès des producteurs pour trouver plus de fraîcheur et de « naturalité ». Néanmoins, il semble que la confiance fasse néanmoins défaut, sapée par une crainte de l'arboriculture industrielle et un manque de connaissance du monde arboricole actuel. En outre, il s'avère que pour les Valentinois, l'accès à la production locale manque de praticité et de lisibilité.

Finalement, trois notions sont à retenir concernant la ressource constituée par les consommateurs régionaux. D'abord, ils associent l'achat sur les circuits courts à une qualification particulière des fruits qu'on y trouve : plus frais, plus diversifiés. Ensuite, les notions de confiance et de service sont également une attente liée à ces circuits : les consommateurs cherchent des achats sûrs, conseillés, sans déception. Le producteur est largement le principal garant de cette confiance et du service, souvent par sa seule présence, mais aussi parce qu'il conseille, il fait goûter, et par l'inscription de la relation dans le temps. Enfin, les notions de praticité et d'accessibilité sont des contraintes fondamentales. Les consommateurs doivent pouvoir grouper leurs courses, accéder aux lieux de vente facilement et sans trajet supplémentaire. En cela, les situations diffèrent selon les espaces. Pour les habitants des espaces de production, circuits courts riment avec praticité. En revanche, en ville et même au cœur du bassin de production, on constate un manque d'organisation de l'offre de fruits locaux, pour la rendre plus accessible et plus lisible.

Ce chapitre conduit à identifier des « circuits de proximité », qui fonctionnent en marge des circuits d'expédition, et qui permettent de valoriser les fruits grâce à la proximité entre la production et la consommation. Ces circuits de proximité recouvrent des opérateurs et des stratégies diverses pour tirer partie de la proximité de la production, mais une logique générale est commune à tous (Figure 48) : une spécification de l'offre par rapport à celle des circuits standards, permise par des délais de livraison et de mise en marché courts, garantie par la confiance et pratique d'accès pour les consommateurs.

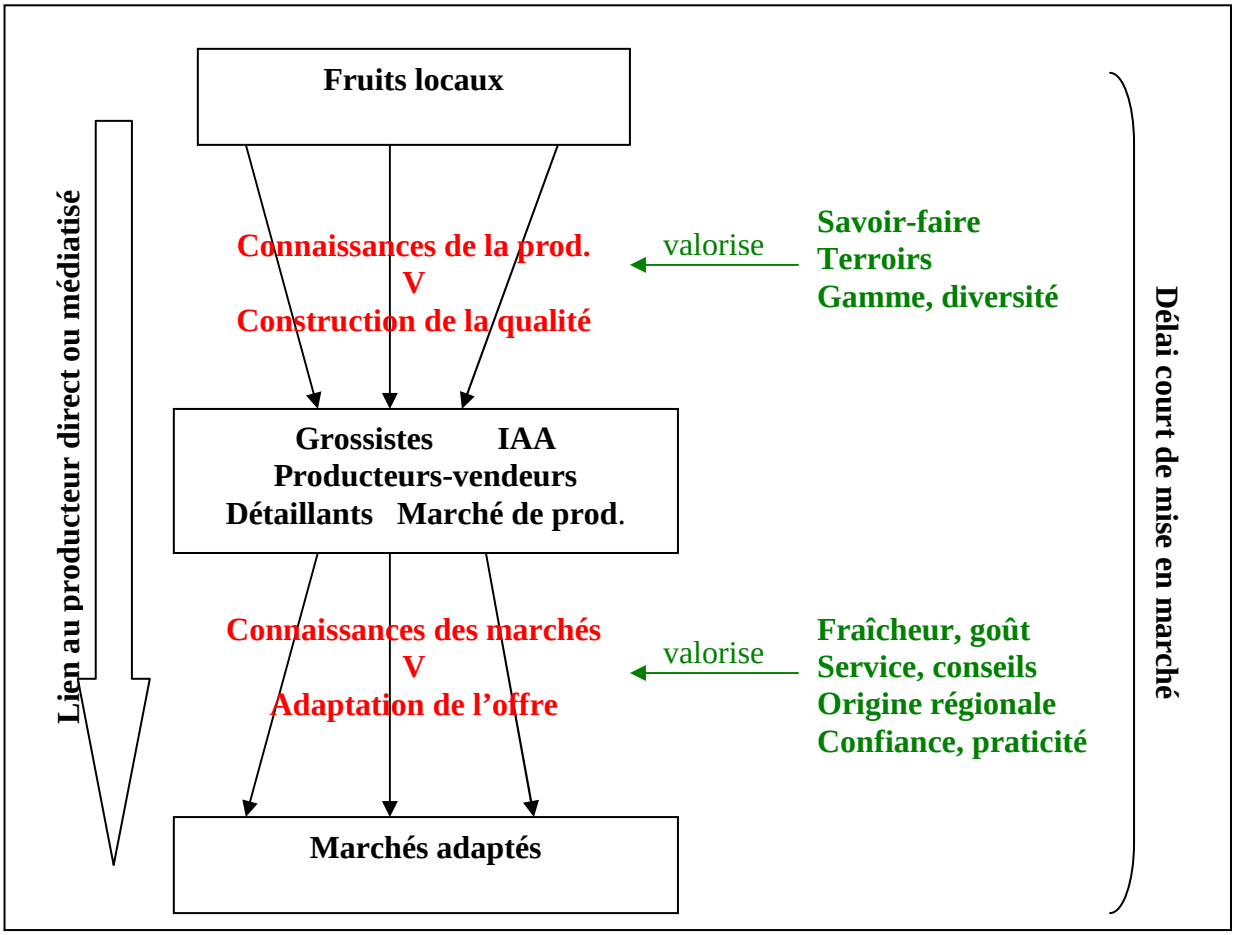
D'abord, c'est la notion de spécification de l'offre proposée sur ces circuits qui apparaît. Dans tous les cas, même pour la transformation, elle est liée à la fraîcheur et à la qualité gustative des fruits permises par une récolte proche de la maturité et un délai de livraison et de mise en marché très court. Ensuite, cette spécification est construite grâce aux connaissances qu'ont les intermédiaires à la fois de la production et des marchés. Ils sont capables de sélectionner les fruits correspondant le mieux aux marchés qu'ils visent, et de communiquer sur leurs caractéristiques : issus de terroirs fruitiers, de variétés anciennes, de méthodes de production, de territoires à forte renommée. Enfin, la dernière dimension de cette spécification est la capacité des intermédiaires à apporter un service aux consommateurs : une gamme très diversifiée, des conseils et explications adaptés à leurs modes d'utilisation et de consommation, etc. Ils mettent ainsi leurs connaissances, presque leur expertise, à la disposition des consommateurs souvent désemparés devant la grande diversité des fruits et la variabilité de leurs qualités.

Ce sont donc les temps de livraison et l'organisation logistique qui délimitent l'échelle géographique couverte par ces circuits. La distance entre le producteur et l'intermédiaire doit permettre une livraison quasi quotidienne, donc limitée à 1h ou 1h30 de route. Le trajet peut être plus long dans le cas de producteurs qui vendent sur des marchés hebdomadaires ou livrent plus occasionnellement. Ensuite, pour le marché du frais, les grossistes et détaillants achalandent un rayon qui couvre le quart sud-est de la France, la majorité s'orientant vers la moitié nord de cet espace, le sud étant couvert par les circuits méridionaux. Les consommateurs de ces circuits recherchent sur les marchés et dans les épiceries spécialisées des fruits de bonne qualité gustative et frais. Pour les produits transformés, les marchés nationaux et internationaux permettent de valoriser certaines qualités haut de gamme et l'approvisionnement local de produits bio. Le marché régional et touristique valorise bien les produits revendiquant l'origine locale des fruits, comme les sorbets et confitures, mais à condition qu'ils présentent une qualité supérieure à celle des produits standard.

Les notions de lisibilité et de confiance pour le consommateur sont indispensables pour assurer un bon fonctionnement de ces marchés. Mais la provenance locale des fruits, frais ou transformés, n'est pas toujours repérable par les consommateurs. Ainsi, ils recherchent un lien avec le producteur, qu'il soit direct ou indirect, comme meilleur gage de confiance quant à la provenance et à la qualité des produits. En milieu rural arboricole, les consommateurs ont accès à des producteurs vendeurs, sur les marchés ou à la ferme, et leur restent fidèles lorsqu'ils en sont satisfaits. En milieux urbains ou non arboricoles, les consommateurs s'orientent vers des circuits de distribution assurant ce lien, même indirectement, comme sur les marchés ou dans les magasins spécialisés qui mettent en avant la provenance et où les vendeurs sont capables de les renseigner. Malgré tout, de nombreuses craintes et incompréhensions de la part des consommateurs quant aux prix et à la qualité sanitaire demeurent liées au manque de connaissances du milieu arboricole.

Cela nous amène à la question de la praticité et de l'accessibilité des circuits de proximité pour les consommateurs. Ces derniers sont contraints par le temps, par leurs moyens financiers, par leurs moyens de déplacement. La recherche de praticité les conduit à grouper leurs achats et à chercher des lieux de vente proches de leurs lieux de vie ou de travail, de leurs trajets quotidiens. Si en milieu rural arboricole, l'accès aux lieux de vente des producteurs parait facile et plus proche que les grandes surfaces, il en est autrement dans les autres cas. L'offre de fruits locaux manque d'organisation pour être accessible et lisible aux habitants extérieurs au bassin de production et des villes.

Figure 48: Le processus de spécification de l'offre des fruits dans les circuits de proximité



Réalisation C. Praly

Pour les producteurs, ces circuits de proximité offrent une diversité de débouchés permettant de bien valoriser tout ou, plus souvent, une partie de leur production. Ces circuits acceptent et valorisent en effet des qualités non reconnues sur les circuits d'expédition. Ils offrent de ce fait une souplesse, une réactivité aux producteurs. Ils peuvent ainsi jouer le rôle de « soupape » occasionnelle ou de « bonus » dans le cas de crise conjoncturelle ou climatique. Ils assurent enfin un rôle social important, apportant satisfaction personnelle, réseaux économiques et connaissances du marché aux producteurs.

Les intermédiaires présentés dans ce chapitre, en jouant le rôle de « passeur de connaissances », permettent donc d'ajuster des qualités particulières à des marchés ciblés. Ils savent valoriser différentes ressources spécifiques (savoir-faire de production, terroirs fruitiers

locaux, proximité géographique et/ou organisationnelle entre production et consommation, variété des espèces et des qualités, etc.). En cela, les circuits de proximité constituent une ressource organisationnelle importante pour le bassin de production, mais elle repose sur des réseaux informels, et dépend de la capacité des acteurs à renouveler et transmettre leurs connaissances. Or, le problème de la relève dans ces métiers demeure posé et menace la pérennité de cette ressource. En outre, son caractère informel est également l'une des causes du manque de confiance qui demeure entre les consommateurs et la production arboricole.

Le manque de lien avec les institutions officielles de la profession agricole n'améliore pas la situation. Le potentiel offert par cette diversité de circuits de proximité pourrait en effet être développé par la mise en place de projets locaux plus structurés. En ce sens, si les Chambres d'agriculture investissent de plus en plus ces questions, les collectivités territoriales constituent également des acteurs capables d'accompagner le développement de ces circuits.

Chapitre 7 : Proximité production-consommation et collectivités territoriales, des enjeux convergents mais un partenariat difficile à construire

Les différents échelons de collectivités territoriales, de la commune à la Région, jouissent de compétences permettant d'influer et soutenir plus ou moins directement l'activité agricole de leurs territoires administratifs. Les communes, compétentes pour les plans locaux d'urbanismes (PLU), interviennent dans la gestion du foncier, et peuvent apporter des soutiens financiers à certains projets agricoles. Les communautés de communes et les pays, à travers leurs compétences économique et d'aménagement du territoire, peuvent contribuer au développement agricole par l'embauche d'animateurs, la conduite et l'appui financier de projets orientés vers une agriculture répondant à leurs attentes (Consales, 2001; Lescureux, 2005). Enfin, les départements et surtout la région peuvent mettre en œuvre des politiques agricoles (Berriet-Solliec et al., 2004). A ce titre, la Région Rhône-Alpes a créé différents dispositifs, les PIDA[408], les CROF[409] et les PSADER[410]. Ces collectivités interviennent également sur l'agriculture via d'autres domaines de compétences : l'environnement et le tourisme sont les principaux[411].

Les compétences des collectivités territoriales sont donc relatives et variables non seulement selon les échelons, mais également selon la politique de chaque territoire. Elles n'en constituent pas moins des ressources financières ainsi que d'animation pour l'agriculture. L'objet de ce chapitre est ainsi d'analyser comment les collectivités territoriales interviennent dans le développement de formes de valorisation territoriale pour l'arboriculture, notamment en favorisant le rapprochement entre producteurs et consommateurs. Cela suppose d'identifier si l'arboriculture constitue un objet des projets territoriaux, et de comprendre comment concrètement ces projets mobilisent ou non les professionnels et les différentes institutions agricoles du bassin de production.

La première partie envisage comment les collectivités territoriales mobilisent l'arboriculture dans leurs projets de développement à partir des enquêtes menées en 2006 auprès des élus et des techniciens des collectivités territoriales. La seconde partie s'appuie quant à elle sur les

[408]Les PIDA (programmes intégrés de développement agricole), d'une durée maximale de 4 années, visent à favoriser le développement économique d'un produit ou d'une filière de production, sur un marché préalablement identifié. Pour cela, ils incitent à l'association de partenaires de l'amont et de l'aval de la filière de production afin de créer une dynamique collective autour d'un programme d'actions, qui intègre les différentes étapes de la production et de la transformation du produit.

[409] Les CROF (contrats régionaux d'objectifs de filière) apportent un accompagnement technique et financier aux filières régionales agricoles qui élaborent un programme d'actions.

[410] Les PSADER (projets stratégiques agricoles de territoires) sont des projets élaborés par les collectivités territoriales, en complément de leur contrat de développement général, contractualisés avec la Région Rhône-Alpes.

[411] Récemment, la question alimentaire a fortement émergé dans les politiques territoriales, via les thèmes de l'approvisionnement de la restauration collective et de l'éducation à la nutrition. Certaines communautés d'agglomérations revendiquent une politique alimentaire territoriale, notamment celles du réseau Terres en Villes (cf. www.terresenvilles.org), mais cela ne concerne pas de territoires de la Moyenne Vallée du Rhône.

entretiens auprès des producteurs et représentants professionnels pour évaluer leur engagement dans les projets de territoire. Enfin, la dernière partie traite d'une étude de cas, suivie par observation participante tout au long de cette thèse : le projet Fruit-Territoire mené dans la Drôme des Collines. Cet exemple illustre comment le rôle de médiation, joué par un acteur particulier, peut faciliter le partenariat entre professionnels et collectivités territoriales.

I. Deux grands types d'interventions des collectivités territoriales envers l'arboriculture

Les collectivités territoriales concernées par le bassin de production fruitier interagissent avec l'arboriculture. Elles peuvent mobiliser l'arboriculture comme une ressource pour leurs projets de développement territorial. Elles peuvent également élaborer et mener des actions de développement de l'arboriculture elle-même.

En plus des entretiens auprès des élus et techniciens, une recherche qualitative a été menée par le dépouillement des textes administratifs (chartes, projets de territoire) des collectivités territoriales, des sites Internet, des prospectus touristiques, etc. La manière dont la collectivité se donne à voir et mobilise ou non des éléments liés à l'arboriculture dans ses projets a ainsi été observée. Au total, sur l'ensemble de la Moyenne Vallée du Rhône[412], 29 démarches liées à l'arboriculture ont été recensées à l'initiative de 18 collectivités territoriales. Parmi celles-ci, 15 relèvent de projets où l'arboriculture est mobilisée comme ressource pour le développement local, et 14 sont des formes de soutien des collectivités à cette activité. Leur analyse montre en quoi elles participent au rapprochement entre arboriculture, arboriculteurs et consommateurs locaux. Reste à voir comment et pour quelles arboricultures.

1. L' « arboriculture » érigée au rang d'objet identitaire valorisant pour les territoires administratifs

Les 15 exemples de mobilisation d'éléments liés à l'arboriculture dans une logique de développement territorial (Tableau 38) montrent que cette production peut recouvrir deux fonctions importantes pour ces territoires : une fonction identitaire et une fonction d'attractivité.

a) Un objet identitaire pour les collectivités territoriales du cœur du bassin… et à défaut de mieux

Neuf exemples en particulier montrent la dimension identitaire dont peut être investie l'arboriculture par les collectivités territoriales (Photos 27, 28, 29 et 30). Des panneaux aux entrées des villages, des fresques murales ou encore les logos des territoires administratifs associent l'image des fruits et des vergers aux noms des territoires. Parfois même, l'arboriculture est revendiquée comme une fierté locale, pouvant faire l'objet de concurrences entre communes, comme entre Bougé-Chambalud, autoproclamée « Cité des fruits », et Châuteauneuf-sur-Isère, l'ancienne « Capitale de la pêche ». Lieux de symbolisation graphique par nature, les sites Internet médiatisent eux aussi les identités fruitières construites par les collectivités. C'est le cas de celui de la communauté de communes de la vallée de l'Eyrieux, animé par des pêches[413] alors que les vrais vergers sont en voie de disparition sur ce territoire.

[412] En plus des observations faites sur le terrain, les collectivités territoriales concernées par la production fruitière ont été identifiées à partir de la cartographie du bassin de production. Elles ont ensuite toutes été contactées par téléphone afin de recueillir les différentes actions menées pouvant concerner l'arboriculture.

[413] Le site Internet www.eyrieux.com affiche une pêche avec le titre d'accueil (consulté le 16 mars 2005).

Photo 27: Pomme géante à l'entrée de Bougé-Chambalud

Cliché C. Praly, septembre 2008

Photo 28: Plan du village de Chateauneuf-sur-Isère

Cliché C. Praly, mars 2005

Photo 29: Vergers sur une fresque murale

Cliché C. Praly, Loriol-sur-Drôme, mars 2005

Photo 30: Panneau d'entrée du village de Champagne (Ardèche)

Cliché C. Praly, Champagne, mars 2005

Tableau 38: Actions de développement territorial mobilisant des éléments liés à l'arboriculture (juin 2006)

Collectivités du Nord Drôme	Pays Drôme des Collines (CDPRA[414])	Pays Roussillonnais	Com Com[415] Rhône-Valloire	Com Com des 2 Rives	Com Com Bourg de Péage	Châteauneuf-sur-Isère	Mercurol	Bougé Chambalud
Forme de mobilisation de l'arboriculture	Renforcer l'identité culturelle et l'attrait touristique du territoire	Les fruits sont mis en avant comme un attrait (vente directe) et un service (visite d'exploitation)	Fruits = image identitaire + support d'animation (marchés, vente directe)	Initiative d'un magasin collectif de vente directe de produits agricoles, mise à disposition du bâtiment	Promotion touristique de l'offre de produits locaux	Utilisation de l'image arboricole pour caractériser la commune	Revendique sa qualité de vie à travers son caractère rural	Image "cité du fruit" et accueil touristique en lien avec ce thème
Fonctions	Identitaire Attractivité	Identitaire Attractivité	Identitaire Attractivité	Attractivité	Attractivité	Identitaire	Attractivité	Identitaire Attractivité
Quelle « arboriculture »	Paysage Vente directe	Fruits Vente directe	Fruits Vente directe	Vente directe	Vente directe	Paysage	Paysage	Fruits Vente directe
Collectivités du Nord Ardèche	**Champagne**	**Lamastre**			**Collectivités du Sud Drôme**	**Loriol**	**Livron**	
Forme de mobilisation de l'arboriculture	utilisation de l'image du fruit dans présentation de la commune	présentation de l'arboriculture comme une activité économique forte et des fruits comme produits locaux			**Forme de mobilisation de l'arboriculture**	Utilisation identitaire de l'image des fruits (logo, fresque)	Utilisation de l'attractivité des fruits et vergers dans communication sur la commune	
Fonctions	Identitaire	Attractivité			**Fonctions**	Identitaire	Attractivité	
Quelle « arboriculture »	Fruits	Fruits			**Quelle « arboriculture »**	Paysage Fruit	Paysage Fruit	
Collectivités de l'Eyrieux	**SM[416] Eyrieux Ouvèze Vernoux (CGD[417])**	**Com Com Eyrieux aux Serres**	**Beauchastel**					
Forme de mobilisation de l'arboriculture	développement de l'agrotourisme: financement de points de vente locaux	Utilisation de l'image de la pêche	Exposition "100 ans de la culture du pêcher".Utilisation de l'image de la pêche					
Fonctions	Attractivité	Identitaire	Identitaire Patrimoniale					
Quelle « arboriculture »	Fruits Vente directe	Fruits	Fruit Histoire					

[414] Contrat de Développement de Pays Rhône-Alpes : procédure régionale d'application des Plans Etats-Région.
[415] Communauté de communes.
[416] Syndicat Mixte.
[417] Contrat Global de Développement, ancienne forme du CDPRA.

Les collectivités territoriales concernées sont situées dans le cœur historique du bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône, et souvent sur des espaces qui ne possèdent pas, par ailleurs, d'autres « images » spectaculaires ou plus porteuses. En effet, s'il existe quelques éléments identitaires forts au niveau des territoires du Nord Drôme, comme le Palais Idéal du Facteur Cheval à Hauterives, ils ne concernent pas le Pays Roussillonnais, ni Rhône-Valloire et Bougé-Chambalud. De même, les communes de Champagne, de Châteauneuf-sur-Isère et de Loriol-sur-Drôme, situées en rive du Rhône, ne disposent pas d'élément remarquable facilement mobilisable, au contraire de la communauté de communes du Val de Drôme ou du département de la Drôme qui donnent la priorité aux images des Préalpes et aux champs de lavande, manifestement jugées plus porteuses. Ainsi, dans ces territoires en quête d'identité « graphique » ou « visuelle », la mobilisation de l'arboriculture semble vivace[418]. Elle se fait principalement à travers l'image des fruits, les pêches et les abricots bien colorés, représentés sur l'arbre ou sur une table, étant les plus souvent recensés. Quelquefois la dimension paysagère est également représentée : image de vergers en fleurs à Châteauneuf-sur-Isère ou de vergers chargés de fruits à Loriol-sur-Drôme.

Enfin, le cas de la vallée de l'Eyrieux et de Beauchastel est un peu particulier puisqu'il montre explicitement la dimension patrimoniale donnée à l'arboriculture locale par la réalisation du musée. Néanmoins, la quasi disparition et surtout le découragement, voire le renoncement des acteurs locaux vis-à-vis de l'arboriculture (Caritey, 2007) tend à effacer, peu à peu, les quelques constructions patrimoniales qui ont existé (fermeture du musée). Aujourd'hui les projets de relance, fortement influencés par les acteurs et les moyens du récent PNR des Monts d'Ardèche, sont davantage tournés vers des productions liées aux pentes : myrtilles de l'Ardèche, pommes de terre primeurs.

La mobilisation identitaire décrite ici vise surtout à légitimer des collectivités parfois récentes, à renforcer voir à construire un sentiment d'appartenance de la part des habitants (Delfosse, 2002). C'est donc une mobilisation de l'arboriculture dans une perspective interne au territoire administratif. La mobilisation de l'arboriculture peut également se faire dans une perspective externe, comme facteur d'attractivité pour le territoire.

b) Un argument d'attractivité pour les collectivités territoriales

L'arboriculture est mise en avant par dix collectivités comme élément d'attractivité du territoire, principalement comme attrait touristique à travers son offre de produits, dits locaux ou de terroir, et les paysages qu'elle façonne. Plus rarement, dans un cas, elle est mobilisée comme garante d'une qualité de vie rurale pouvant attirer de nouveaux habitants (commune de Mercurol).

Comme précédemment, la plupart des collectivités mobilisant l'arboriculture comme facteur d'attractivité sont situées en Nord Drôme. Ici, non seulement les fruits ou les vergers en fleurs figurent en couverture des dépliants touristiques, mais surtout les fruits et les lieux de vente directe sont mentionnés dans les catégories « produits locaux » des sites Internet ou des dépliants touristiques des collectivités ou des offices de tourismes. Une randonnée fruitière avec visite d'une exploitation est proposée dans le Pays Roussillonnais. Un sentier thématique et un stand de dégustation et d'achat de fruits locaux sont annoncés à Bougé-Chambalud. Enfin, dans la communauté de communes Rhône-Valloire, les espaces de production fruitière sont mentionnés sur la carte de présentation du territoire, ce qui est exceptionnel dans la Moyenne Vallée du Rhône, où ce sont uniquement les vignobles qui sont habituellement

[418] Châteauneuf-sur-Isère fait toutefois exception : l'importance des arrachages de vergers touchés par la sharka, ainsi que la réorientation municipale vers une activité touristique (Spectacle Les Folies du Lac) a conduit, récemment, au retrait des panneaux « Capitale de la pêche » à l'entrée de la commune.

représentés. Cette offre de produits locaux à acheter, et parfois à visiter, constitue donc un service, une animation mise en avant dans l'offre touristique de ces territoires administratifs.

Par ailleurs, l'image des pêches bien colorées est souvent utilisée pour illustrer les rubriques « terroir » ou « goût » dans les dépliants des différents territoires administratifs. Cela témoigne de la puissance d'évocation de ce fruit par rapport à ces notions, à celle de plaisir et d'attractivité. L'exemple le plus emblématique est celui du livret touristique élaboré par les communautés de communes du Val de Drôme et du Pays de Dieulefit, qui n'utilise presque que des images de pêches et de vergers en fleurs pour illustrer sa page « produits de terroir », alors que sur les 14 adresses de producteurs cités, seulement deux sont des arboriculteurs proposant des fruits !

Ainsi, le fruit représenté comme un produit de terroir et les lieux de vente directe sont au titre d'attractivités touristiques par les territoires. Cela justifie parfois la réalisation, par les collectivités territoriales, d'annuaire des producteurs (en Val de Drôme par exemple), ce qui rejoint les enjeux et les actions de développement économique local.

2. L'« arboriculture » comme objet à développer pour les territoires administratifs

Au titre de leurs compétences en termes de développement économique et d'aménagement de l'espace, les collectivités territoriales du bassin de production interviennent de différentes manières sur l'arboriculture (Tableau 39). Ainsi, si certaines démarches visent un soutien plutôt générique à l'arboriculture considérée comme une activité économique locale, d'autres, en revanche, orientent leurs soutiens vers une arboriculture locale « désirée »[419].

[419] Nous reprenons le terme de Frédéric Lescureux, qui évoque les attentes des territoires envers l'agriculture. Ces attentes sont parfois décalées de la réalité agricole, tournées vers une image d'agriculture locale, à petite échelle, respectueuse de l'environnement et produisant des produits de terroir, etc. (Lescureux, 2005).

Tableau 39: Démarches des collectivités territoriales en soutien à l'arboriculture (juin 2006)

Collecti-vités du Nord Drôme	**Com Com Bourg-de-Péage**	**Châteauneuf-sur-Isère**	**Pays Drôme des Collines**	**Com Com Rhône-Valloire**	**Com Com Tain l'Hermitage**	**Pays Drôme des Collines / Leader + Chambarrans**
Type d'action	Soutien de l'arboriculture pour la prospection sharka	Association pour travailler sur les possibilités de reconversion des arboriculteurs	Soutien à la valorisation et à la commercialisation des produits agricoles	Participation au pôle de ressources fruits (piloté par la MFR d'Anneyron)	Aide au logement saisonnier dans l'OPAH -	Financement d'un projet de conservatoire pour fruits à noyaux
Rôle donné à l'arbori-culture	économique	économique	Economique/attractivité	économique	économique	Patrimonial
Collecti-vité du Nord Ardèche	**Pays Ardèche Verte**	**Com Com Pays de St-Félicien**	**Com Com Pays Annonéen**	**Colombier-le-vieux**	**Pailharès**	
Type d'action	Valorisation des produits locaux: aide au label "montagne"	Aide financière à l'achat de filets paragrêle, garante de l'emprunt pour atelier de Nect'Ardéchois	Aide financière pour achat de filets paragrêle	PLU pour protéger le foncier. Anime le comité local agricole pour la com com de St-Félicien	soutien financier à l'atelier de Nect'Ardéchois	
Rôle donné à l'arbori-culture	économique	économique	économique	Economique & paysager	économique	
Collecti-vités du Sud Drôme	**Com Com Val de Drôme**	**Loriol**		**Collectivités de l'Eyrieux**	**SM Eyrieux, Ouvèze, Vernoux**	
Type d'action	Réalisation d'une étude de relance de la poire sur les cantons de Loriol et Livron (PGD 1995-2000)	Mise en place d'une commission agricole, préservation du foncier dans le PLU		**Type d'action**	financement de filets paragrêle	
Rôle donné à l'arbori-culture	économique	économique		**Rôle donné à l'arbori-culture**	Economique	

a) Des soutiens financiers et de protection du foncier pour l'arboriculture dans une logique guichet

En première analyse, sur les 14 démarches de soutien à l'arboriculture recensées auprès des territoires administratifs, on constate que six sont des aides financières à la production (subvention pour achats de filets paragrêle par exemple) ; deux visent à la préservation du foncier agricole lors de la mise en place de plans locaux d'urbanisme (PLU) ; deux sont des aides à la valorisation (subvention de label par exemple) ; et enfin, quatre ont une ambition plus globale, organisant des lieux de dialogue et de réflexion sur l'avenir de la production fruitière.

Ces aides publiques sont légitimées par l'affirmation, de la part des élus, des fonctions économiques et sociales de l'arboriculture sur le territoire. Un élu seulement souligne la fonction paysagère de l'arboriculture[420], importante pour l'attractivité touristique et le cadre de vie de son territoire. Dans ce sens, il n'est pas anodin de souligner que dans la grande majorité des cas recensés, les projets de soutien à l'arboriculture émanent de collectivités où des élus issus ou proches du milieu agricole occupent des fonctions dominantes. Ces acteurs « multicasquettes » (Gumuchian et al., 2003) sont en effet toujours présents dans les quatre lieux de dialogue cités précédemment. Connaissant à la fois le milieu agricole et le fonctionnement des institutions territoriales, ils relaient les besoins d'équipement pour la production ou organisent des lieux d'écoute des agriculteurs locaux afin de mieux les représenter devant les institutions, notamment dans les cas de mise en place de PLU.

Plus précisément, les deux premières catégories de soutiens qui sont des aides financières à la production et la préservation du foncier agricole concernent toute l'agriculture des territoires concernés. En appuyant les moyens de production que sont l'équipement (filets paragrêles en Ardèche), la main d'oeuvre (infrastructures d'accueil), les vergers (prospection sharka) et le foncier, ces territoires administratifs soutiennent l'arboriculture existante selon la logique traditionnelle des aides publiques, la logique guichet (Purseigle, 2004). En revanche, certains insufflent à leurs soutiens une dimension sélective ou prospective, explicitant ainsi le type d'arboriculture attendu par les acteurs de la collectivité territoriale.

b) Des soutiens traduisant une arboriculture désirée autre que celle du modèle d'expédition

Les cas du Pays Drôme des Collines[421] et de la communauté de communes du Val de Drôme sont deux exemples de collectivités qui ont intégré leurs soutiens à l'arboriculture dans un projet global de territoire, investissant celle-ci de valeurs et fonctions autres que la seule fonction de production-expédition.

L'objectif central du premier CGD porté par le Syndicat Mixte Drôme des Collines, portant sur 1998-2003, était le développement de l'économie et du tourisme sur le territoire. Dans ce cadre, l'agriculture était considérée comme une activité économique à soutenir et des liens étaient faits avec le tourisme. Trois entrées permettaient de soutenir l'arboriculture : un axe « diversification et agritourisme », un axe « emploi agricole » et un axe « fruits et territoire ». Concrètement, pour l'axe « diversification et agritourisme », des aides ont été accordées à l'aménagement des abords de ferme (réalisation de parking, embellissement), à la mise aux

[420] Plus précisément, il évoque les systèmes de production du plateau ardéchois fondés sur l'association arboriculture / élevage, l'élevage étant l'activité la plus impactante sur le paysage, mais qui ne pourrait se maintenir sans l'apport économique de l'arboriculture.

[421] Sources concernant ce territoire administratif : Charte du CDPRA 2005-2010, entretien avec la chargée de mission agriculture-environnement (juin 2006), entretien avec le directeur du Pays (décembre 2008), et rencontres régulières avec la chargée de mission tourisme lors d'évènements sur le territoire (juin 2007, juin 2008, septembre 2008).

normes de banques réfrigérées, ainsi qu'au lancement de l'opération « De ferme en ferme » qui a permis de faire connaître de nombreux producteurs vendant en direct. Seuls quelques arboriculteurs vendant en direct en ont bénéficié. L'axe « fruits et territoire » a financé une étude établissant un diagnostic des contraintes et des opportunités de développement pour l'arboriculture de la Drôme des Collines (Deplace, 2003). Ainsi, le premier projet de territoire abordait donc l'arboriculture d'une part partiellement par la vente directe, mais surtout par une approche globale à l'échelle du territoire. L'étude prospective, conduite par la MFR d'Anneyron, a d'ailleurs donné lieu à un projet de constitution d'un Pôle de Ressource Fruits, toujours porté par la MFR d'Anneyron. En revanche, le renouvellement du projet territorial, formalisé dans le CDPRA 2005-2010 réduit la focale en axant le projet agricole sur le développement de l'agriculture biologique. Par ce biais, des soutiens ont été apportés à la mise en place de cinq AMAP sur le territoire du Pays, et un projet est en cours pour favoriser l'approvisionnement local, et si possible bio, dans les restaurants scolaires. Or, l'arboriculture biologique pose encore de nombreux problèmes techniques. Ainsi, concrètement, si les AMAP ne touchent que très peu les arboriculteurs, le projet d'approvisionnement local peut en revanche être une opportunité pour la production fruitière locale. En définitive, si l'arboriculture apparaissait bien être une activité économique à soutenir, pour elle-même ou par une entrée agritourisme, pour le territoire Drôme des Collines dans le CGD 1998-2003, en revanche, dans le CDPRA 2005-2010 elle est complètement diluée dans un projet d'agriculture biologique.

Le territoire du Val de Drôme[422] présente la particularité d'être la plus ancienne intercommunalité drômoise, dont l'agriculture a toujours constitué un axe fort. En effet, dès la création du Syndicat d'Etudes et de Programmation du Val de Drôme en 1976 (aujourd'hui devenu communauté de communes du Val de Drôme, CCVD), l'agriculture et la collecte des ordures ménagères en sont les deux projets. Les moyens humains mis à disposition de l'agriculture en témoignent : le premier chargé de mission agriculture a été embauché presque immédiatement, un second fut recruté dans les années 1980, et aujourd'hui, l'effectif oscille entre 2 et 3 temps plein[423]. Pour l'agriculture, l'axe de travail a toujours été le soutien des productions de qualité, dans un contexte où les « *petites productions d'arrière pays* » peinaient à se développer, au contraire des « *grosses filières en développement* » (fruits, élevage hors-sol, viticulture) soutenues par la Chambre d'agriculture. Plusieurs projets ont concerné l'arboriculture. Des Journées du Fruits ont été organisées deux années, visant à faire venir des professionnels de l'industrie agroalimentaire du fruit sur le territoire pour nouer des liens avec la production, mais faute de retombées positives, ce projet a été abandonné. La fête du fruit, dont Tain-l'Hermitage ne voulait plus avoir la charge, a été organisée à Loriol en 2002 et en 2003 et soutenue par la CCVD, puis a été abandonnée. Si ces « évènements » témoignent d'une volonté de relance de l'arboriculture, le projet « poire de Loriol » est plus explicite de l'approche de la CCVD vis-à-vis de l'arboriculture.

Dans la fin des années 1980, l'idée était de relancer la poire williams, culture historique de Loriol en déprise face à l'engouement pour la pêche. Dès 1993, une étude préliminaire est

[422] Sources concernant ce territoire administratif : charte du CGD 1995-2000, entretien avec les deux chargés de mission agriculture (juin 2006), carton d'archives concernant les rapports d'étude et actions menés sur l'arboriculture, entretien avec l'adjoint au maire de Loriol responsable de la commission agricole de la commune (mars 2005).

[423] Pour comparaison : les communautés de communes du Diois et du Pays de Dieulefit disposent chacune d'un chargé de mission agriculture ; la communauté de communes du Pays de Romans dispose d'un chargé de mission agriculture-environnement ; la communauté de communes de Bourg-de-Péage dispose d'un chargé de mission Aménagement (qui travaille sur la filière bois/forêt mais presque pas sur l'agriculture) ; la communauté de communes de Rhône-Valloire dispose d'un chargé de mission à mi-temps agriculture-environnement depuis 2005.

commanditée, dont les résultats sont formalisés en propositions d'action. Dans cette étude, les notions de terroir, de savoir-faire spécifique, de valorisation et de communication sont présentes. Dans le CGD 1995-200, l'action est en définitive dénommée « *Développer et promouvoir les filières et les produits locaux de qualité* », dont, pour la poire Williams : « *Revaloriser la filière poire et d'autres productions arboricoles en diversifiant le verger, en développant la promotion de produits labellisés, en encourageant les pratiques de lutte intégrée.* » (p. 27). En outre, une autre action de ce même CGD porte sur la promotion de la commercialisation des produits agricoles du Val de Drôme (soutien aux circuits courts, mise en place de communication). Elle a abouti à la publication d'un « annuaire des producteurs du Val de Drôme et du Pays de Dieulefit », qui recense les quatre arboriculteurs du territoire pratiquant la vente directe.

En définitive, l'orientation des soutiens pour une production arboricole de qualité localisée, pratiquant la vente directe, implicitement appelée à être différente de celle du modèle de développement dominant appelé industriel, est ici explicite. Mais, à l'exception d'aide à la plantation de deux vergers de poires Williams, aucune suite n'a été donnée au projet poire de la part des professionnels.

Ainsi, on trouve encore le fonctionnement type « co-gestion » traditionnel de la profession agricole, où des acteurs issus du milieu arboricole s'investissent dans les collectivités territoriales et permettent l'obtention de soutiens financiers à la production et la protection du foncier pour l'arboriculture existante, sans intervention sur le mode de production. En revanche, d'autres collectivités se positionnent davantage dans une perspective de projet, voir de prescripteur, soutenant une arboriculture correspondant aux attentes des acteurs des collectivités : une arboriculture porteuse de valeurs identitaires, de notions de terroir et de qualité, de respect de l'environnement et d'attractivité locale par l'offre de vente directe et d'accueil à la ferme.

3. Résultats limités de ces démarches et incohérence entre échelles territoriales et échelle du bassin de production

Que dire de ces démarches quant à leur influence sur l'émergence de formes de valorisation territoriale pour l'arboriculture ? Aucun résultat réellement tangible et mesurable ne se dégage, néanmoins, deux éléments méritent d'être relevés ici.

Ces démarches participent d'un mouvement de fond favorable à la valorisation des fruits par les circuits de proximité, en rapprochant les habitants de l'arboriculture. En effet, la mobilisation d'éléments positifs de l'arboriculture, comme les valeurs plaisirs des fruits gorgés de soleil et les paysages de vergers en fleurs, érigés en symboles identitaires par les collectivités territoriales, peut contribuer à renvoyer une image positive de l'arboriculture aux habitants et aux touristes de ces territoires. Cette patrimonialisation de l'arboriculture peut donc être considérée comme favorable à la sensibilisation des habitants et des touristes pour une consommation plus avertie à l'égard de la production fruitière locale. Par ailleurs, la réalisation d'outils de communication et d'informations de la part des collectivités, comme les annuaires des producteurs, permet plus concrètement de rendre l'offre de fruits locaux plus lisible et accessible pour ces consommateurs. Enfin, le soutien direct à l'émergence de points de vente directe, à leur embellissement, participe à l'amélioration de l'offre et de son attractivité sur le territoire.

La plupart des démarches est réalisée à l'initiative des collectivités territoriales, sans réel lien avec les organisations agricoles. En outre, en termes d'impact pour les producteurs locaux,

cela ne bénéficie pour l'instant qu'à la petite partie des arboriculteurs qui pratiquent la vente directe.

Le second élément souligne la difficulté du travail en partenariat entre les collectivités territoriales et les professionnels de la filière. Malgré les discours optimistes des élus, malgré les projets écrits dans les chartes, les chargés de mission territoriaux enquêtés (soit par téléphone, soit en direct) sont unanimes quant à la difficulté à mobiliser les professionnels. Tous constatent en effet une sous réalisation des actions programmées.

Ils l'expliquent, à un premier niveau, par la difficulté concrète à mobiliser les arboriculteurs dans les projets. Pour les intervenants à l'échelle des Pays, comme en Drôme des Collines, la chargée de mission[424] pointe le manque de relais opérationnel dans les communautés de communes membres, d'où un manque crucial d'animation auprès des professionnels. Même constat dans le Syndicat Mixte Eyrieux-Ouvèze-Vernoux pour lequel la chargée de mission déplore une sous réalisation des actions prévues pour l'agriculture dans le premier CGD 2000-2005[425], qu'elle attribue également à un manque d'animation sur le terrain. Il n'y a en effet aucun chargé de mission agriculture dans les communautés de communes de ce territoire, c'est l'animatrice territoriale de la Chambre d'agriculture, située au Cheylard, qui fait le relais.

Par ailleurs, une représentation demeure vivace chez les chargés de mission des collectivités territoriales, surtout dans la Drôme, selon laquelle l'arboriculture est une production très structurée, dont la filière se suffit à elle-même : bien organisée, tenant des positions importantes au niveau des OPA locales, la filière fruits n'est pas celle qui a le plus besoin du soutien des territoires administratifs[426]. Héritée de l'histoire du bassin de production, cette représentation traduit également la difficulté à faire concilier un projet de territoire avec une filière dont l'échelle de fonctionnement s'étend sur deux départements. Certains animateurs, comme la chargée de mission du Pays Ardèche Verte[427], confient leur impuissance face aux problèmes qui affectent l'arboriculture : d'une part, la Région oriente les projets collectifs concernant les fruits vers une échelle Drôme/Ardèche, prenant l'ensemble du bassin de production ; d'autre part, le Pays ne peut intervenir sur des aides individuelles. La pertinence d'un projet fruits à l'échelle infrarégionale ne semble pas trouvée pour les territoires administratifs.

En corollaire, l'arboriculture ne trouve que partiellement sa place dans les projets de territoire pour l'agriculture, tels celui du Pays Drôme des Collines axé sur l'agriculture biologique et celui du Syndicat Mixte Val de Drôme – Diois axé sur les productions de qualité et identitaires. Seuls les producteurs pratiquant la vente directe ont concrètement bénéficié de ces projets jusqu'à aujourd'hui. De fait, dans ces approches par projets des territoires, l'arboriculture est ré-intégrée à l'ensemble de l'agriculture, puisque leurs actions sont essentiellement axées sur des thématiques : vente directe, bio, qualité, etc. Finalement, l'arboriculture perd ainsi sa singularité, construite historiquement et institutionnellement (cf. chapitre 2), par rapport aux autres productions agricoles. Au-delà de la dimension sociale, cela a des conséquences en termes organisationnels. Cela rend les partenariats difficiles entre collectivités territoriales et acteurs de l'arboriculture : les représentants de la filière sont en effet habitués à travailler avec des instances à l'échelle régionale et supra, sur des projets

[424] Entretien direct, juin 2006.

[425] Pour l'arboriculture, un local de vente directe a été subventionné et un projet de lutte contre le gel a été abandonné. D'autres actions ont par ailleurs porté sur d'autres productions : les framboises (filets paragrêle), les pommes de terres primeurs, les châtaignes. Source : entretien téléphonique, juin 2006.

[426] Entretiens téléphonique avec le chargé de mission du Syndicat Mixte Vallée de la Drôme-Diois (qui rassemble les communautés de communes du Val de Drôme, du Diois, du Pays de Saillans, et la commune de Crest).

[427] Entretien téléphonique, mai 2006.

spécifiques de cette production, dans le cadre de PIDA-fruits par exemple. Au contraire, dans le cadre des projets de territoires infra, les représentants agricoles se doivent de représenter l'ensemble des productions, ensemble dans lequel les particularités de l'arboriculture (saisonnalité, variabilité de la qualité, fraîcheur, difficultés techniques de la production bio, etc.) ne peuvent être défendues comme elles le mériteraient. Ainsi, aujourd'hui, le résultat est que les collectivités territoriales soutiennent l'engouement pour les AMAP ou pour l'agriculture biologique, ce qui se traduit par un rapide développement de ces « agricultures désirées », mais dans lesquelles on manque cruellement d'approvisionnement en fruits… Le paradoxe est d'autant plus grand que sur ces mêmes territoires les arboriculteurs recherchent de nouvelles formes de valorisation. Le « modèle » d'agriculture qui soit à la fois désirée par les territoires et adaptée aux contraintes de la filière fruit n'est pas encore trouvé.

Ainsi, pour les collectivités territoriales, l'arboriculture est porteuse de valeurs pour le développement local, et exerce des fonctions socio-économiques, paysagères et identitaires. Par la mobilisation identitaire qui est faite des fruits et des vergers, par la communication et le soutien à la vente directe, les projets des collectivités participent au rapprochement à la fois cognitif et concret entre les consommateurs locaux et l'offre de fruits. En ce sens, leurs actions sont favorables au développement des circuits de proximité. Mais la construction de réels projets pour soutenir l'arboriculture à l'échelle des territoires administratifs est difficile, pour des raisons de manque d'animation et d'inadéquation des échelles et des attentes entre celles des territoires et celles du bassin de production. De fait, les collectivités relaient la demande de naturalité et de service exprimée par les consommateurs en soutenant une agriculture bio et la diversification (dont la vente directe). Comment ce désir d'agriculture est-il perçu de la part des professionnels de l'arboriculture ?

II. Des professionnels qui n'adhèrent que rarement aux projets des territoires

Les différents opérateurs de la filière fruits ont été questionnés sur leurs connaissances et relations avec les collectivités territoriales. Les résultats montrent non seulement une très grande méconnaissance de leur part vis-à-vis des projets et des compétences des collectivités territoriales, ce qui peut être source de méfiance, mais en outre, ils révèlent les jeux de pouvoirs qui sous-tendent les relations entre collectivités territoriales et OPA autour du pré-carré agricole.

1. La grande confusion territoriale : méconnaissance des professionnels vis-à-vis des collectivités territoriales

Pour la très grande majorité des professionnels interrogés, le lien possible entre collectivités territoriales et soutien de l'arboriculture n'est pas connu. L'analyse réalisée à partir des 25 arboriculteurs interviewés au cours de l'enquête de 2006 montre que seuls 14 d'entre eux sont capables d'évoquer, même de manière extrêmement succincte ou sous forme interrogative, un lien possible avec les collectivités territoriales (voir Tableau 40). Les différentes réponses ont été classées en six catégories : source d'aide financière ($$) ; instance de protection du foncier (foncier) ; lieu de soutien politique (lobby) ; lieu de projet (projet) ; pouvoir dont il faut se méfier (méfiance) ; et enfin, certaines collectivités sont citées, mais les arboriculteurs ne voient pas comment elles pourraient intervenir pour l'arboriculture.

La lecture de la première colonne montre immédiatement que les arboriculteurs qui citent les collectivités territoriales sont ceux qui exercent des responsabilités municipales (quatre

d'entre eux) et/ou professionnelles (huit d'entre eux). Ainsi mesure-t-on l'importance des arboriculteurs qui ne connaissent pas les collectivités territoriales[428].

Tableau 40: Connaissances des arboriculteurs vis-à-vis des collectivités territoriales (juin 2006)

Connaissance / Arboriculteurs	Commune	Intercommunalité	Département	Région
Resp mun[429]. – Eyrieux	Foncier	$$		
Resp mun. – Sud 26	??			
Resp mun.– Nord 26	Lobby	Lobby	$$	
Resp mun. - Nord 26	??	??		
Resp ag[430] -Sud 26		Projet : foncier	Projet : communication	
Resp ag – Sud 26	$$			
Resp ag – Sud 26		Projet : propositions		
Resp ag – Nord 26			Lobby	Lobby
Resp ag – Nord 26	Lobby	Lobby	Lobby	Lobby
Resp ag – Nord 07	Méfiance	Méfiance	Lobby	Lobby + $$
Resp ag – Nord 07		Projet : pour soutien	Lobby	Lobby
Resp mun. + ag – Nord 26	Projet : fête poire	Projet : fête poire	$$	$$
Sud 26		Projet : accompagnement		
Nord 26	$$	Foncier		

a) Pour les arboriculteurs non avertis : méconnaissance

Quelques cas de producteurs ayant pu bénéficier d'aides financières sont éloquents quant à la méconnaissance qu'ils ont du fonctionnement, et même de l'existence, des collectivités territoriales. En effet, si les producteurs savent qu'ils ont reçu une subvention, il leur est en revanche très difficile de préciser quelle était l'institution financeuse. Il leur est particulièrement difficile de restituer le fonctionnement d'un tel financement, de distinguer l'instruction du dossier par la collectivité territoriale et le financement par les partenaires (Etat et Région, ou Europe). Le dialogue suivant entre une productrice et l'enquêteur est particulièrement explicite de la confusion qui règne pour la plupart des agriculteurs (Figure 49).

[428] Une productrice élue municipale nous confirme à ce sujet qu'elle connaît les financements possibles du CDRA grâce à cette fonction, mais qu'elle ne pense pas que les autres arboriculteurs locaux connaissent cette procédure.

[429] Assure des responsabilités civiles : conseiller municipal et parfois dans les échelons supérieurs (conseiller communautaire, etc.).

[430] Assure des responsabilités professionnelles : syndicales, responsabilités dans les coopératives.

Figure 49: Dialogue entre une productrice et l'enquêteur au sujet des collectivités territoriales

« I : Et justement vous avez été soutenus pour mettre en place la boutique ? Par les collectivités...

P : Ouais les collectivités, mais pas du tout de la Région. On a été aidés par exemple, subventions de la Région mais tout ce qui est activité, le Conseil Général...ben nous ils nous ont plutôt enfoncés qu'ils nous ont aidés. Non quand on a démarré on n'a eu aucune aide de ce coté là.

I : Ok

P : Même au niveau pays, niveau village...au niveau local c'est très difficile. On a eu une petite subvention au niveau de l'Europe mais c'est...bon, il a fallut se battre quoi.

I : Et vous avez reçu une aide, par exemple, du Pays Drôme Des Collines ?

P : ...

I : Non ? Vous ne connaissez pas ?... C'est un syndicat qui s'occupe de…

P : Ah...euh...Ouais

I : Contrat de pays…

P : Syndicat mixte de la Drôme Des Collines ! Oui, c'est eux qui nous ont aidés. C'est les seuls qui nous ont aidés.

I : C'est-à-dire ils vous aident ? Ils vous donnent des conseils ?

S : Ils nous donnent des conseils, on reçoit aussi des aides, au niveau de la Région. »

Source : enquête personnelle, mai 2006.

Aucun de ces producteurs ne cite spontanément le nom d'une intercommunalité. Ils connaissent bien et évoquent les collectivités plus anciennes comme le Conseil Général et la Région, souvent à tort d'ailleurs. C'est notamment le cas d'un producteur qui mentionne le soutien financier du Conseil Général pour un projet de communication touristique autour du fruit alors que ce projet est porté par la communauté de communes de son territoire, et financé dans le cadre du CDPRA du Pays Drôme des Collines. L'Europe est une institution également citée. Département, Région et Europe sont donc des échelons bien connus des producteurs comme pourvoyeurs potentiels d'aides financières. En revanche, les collectivités porteuses de projets, redistribuant les fonds (essentiellement les intercommunalités), sont des objets encore très confus.

b) Les arboriculteurs les plus avertis : responsables municipaux et responsables professionnels

Les arboriculteurs les mieux informés quant aux compétences et soutiens possibles de la part des collectivités territoriales sont ceux qui exercent des responsabilités professionnelles agricoles, plus encore que ceux engagés dans la vie municipale de leurs territoires.

Pour les arboriculteurs ayant des responsabilités municipales, il est en effet éloquent d'observer que deux d'entre eux ne voient pas en quoi les collectivités territoriales peuvent soutenir l'arboriculture. Même sur le territoire de la CCVD, où des projets ont été formulés, cet arboriculteur qui a été conseiller municipal déclare : *« Mais la municipalité, qu'est-ce qu'elle peut faire pour les agriculteurs ? Peu de chose… »*[431]. Il ne cite pas l'intercommunalité. Pour les autres, les soutiens sont uniquement perçus à travers des possibilités de financements, de lobbying ou de protection du foncier agricole. En outre, les

[431] Enquête personnelle, mai 2006.

échelons mentionnés ne vont guère au-delà de l'intercommunalité. Ainsi ici, trois des arboriculteurs engagés dans des responsabilités municipales ne font pas le lien avec des projets pour l'arboriculture. Ils y sont donc uniquement dans une visée municipale, c'est-à-dire d'administration de la vie locale. Un seulement exprime son engagement dans la perspective de défendre l'arboriculture : *« Aujourd'hui, je me considère comme militant de base. Je défends l'agriculture à ma façon, en étant conseiller municipal, en étant dans une communauté de communes, en participant au CIVAM… ».* Cette perception de l'engagement dans les collectivités territoriales est certainement à relier au fait que cet arboriculteur fut, auparavant, élu à la Chambre d'agriculture.

En effet, les arboriculteurs ayant des responsabilités agricoles se distinguent nettement dans le tableau. D'abord, leur perception des collectivités territoriales reste majoritairement celle d'une source de financement et de lieu de lobbying, intégrant tous les échelons existants de la commune à la Région. Certains évoquent même le député et les différents élus invités lors des réunions professionnelles. On retrouve bien là la pratique traditionnelle des syndicats agricoles, qui consiste à communiquer auprès des hommes politiques afin d'obtenir leur soutien. Mais la prise en compte des échelons territoriaux, et non plus seulement du Ministère, semble réellement nouvelle : « *Ben surtout, quand on a un problème on fait remonter au niveau des territoires, de la Région, des Communautés de communes et tout. Chose qu'on faisait pas avant. On leur dit « voilà… » parce que c'est un bassin d'emplois aussi l'agriculture, donc on leur dit « voilà, on diminue parce qu'on a ça et ça, et si vous pouvez nous aider, nous soutenir et tout… », comme ça même le député du coin, tout le monde a fait des trucs. Tout le monde est au courant de ce qu'il se passe. Y compris les populations d'ailleurs, on a pas les mêmes rapports qu'avec les élus, mais ils savent très bien qu'en ce moment on a du mal à produire »*[432].

En second lieu, pour cinq des arboriculteurs ayant des responsabilités professionnelles, la logique projet des collectivités territoriales est désormais perçue. Ils citent des projets relatifs à la communication, à la gestion du foncier, à la capacité de proposition qu'ont certaines collectivités. A ce titre, le travail d'animation réalisé depuis près de 30 ans par le chargé de mission de la CCVD est cité à deux reprises, par un arboriculteur ayant des responsabilités agricoles et par un n'en ayant pas. L'explication qui en est donnée spontanément par l'arboriculteur exerçant des responsabilités professionnelles montre une grande compréhension de sa part des apports potentiels de cet acteur institutionnel : *« Au DAVD*[433] *aussi on a des bonnes relations. Le district du Val de Drôme. Ils ont souvent des projets agricoles, ils ont une personne qui s'occupe spécialement de l'agriculture au DAVD…un monsieur… Et là-dessus il y a des projets qui sont intéressants aussi, des démarches intéressantes. Après, c'est à chaque entreprise de savoir où est-ce qu'elle va adhérer, les projets de développement auxquels elle va adhérer. Toutes les idées ne sont pas bonnes pour toutes les entreprises quoi. Mais je crois que l'essentiel c'est de créer un peu de dynamique quoi. »* Pour lui, les collectivités territoriales pourraient être des « *instances de propositions de projets diversifiés* » où chacun pourrait en trouver un qui lui correspond[434]. Il a conscience des opportunités ouvertes par ces institutions territoriales, replacées dans un ensemble d'autres projets possibles portés par des acteurs différents (notamment par les OPA). Ainsi dans cette approche les institutions territoriales sont perçues comme un nouvel acteur du développement agricole, renouvelant le modèle de développement arboricole en proposant des

[432] Producteur ayant des responsabilités agricoles, enquête mai 2006.

[433] District d'Aménagement du Val de Drôme. Statut précédent celui de Communauté de communes du Val de Drôme.

[434] Sachant que cet arboriculteur déclare que pour l'instant les projets proposés par la CCVD ne sont pas adaptés à son type d'exploitation.

perspectives autres que celles des organisations sectorielles. Cet exemple est un des rares à montrer une si grande compréhension du rôle des chargés de mission.

En définitive, la majorité des producteurs ne connaît pas bien les nouvelles collectivités territoriales. Ils ignorent les compétences et soutiens potentiels qu'elles pourraient apporter à l'arboriculture. L'information à ce sujet semble passer par les canaux des organisations professionnelles, guidées par l'habitude de relations de lobbying auprès des différentes instances politiques, et non par les canaux de l'engagement municipal. En effet, les producteurs ayant seulement des responsabilités municipales font peu le lien avec une possibilité d'y soutenir l'arboriculture autre que par la gestion du foncier ou par quelques aides financières. En revanche, les responsables professionnels sont conscients de la ressource financière et d'animation offerte par les collectivités territoriales, mais leur connaissance des procédures reste souvent insuffisante, et certains d'entre eux sont même méfiants vis-à-vis de ces projets.

2. Pour les plus avertis : difficulté de passer de la logique « guichet » à la logique « projet »

L'analyse approfondie des réponses des arboriculteurs montre que si les responsables professionnels sont capables d'évoquer les constructions territoriales en cours, comme les CDRA, ces projets leur apparaissent davantage comme un guichet supplémentaire. Cette représentation peut être à rapprocher du fonctionnement historique des organisations agricoles, habituées à une relation de type « guichet » avec les pouvoirs publics pourvoyeurs de financements (Purseigle, 2004). C'est particulièrement le cas en Moyenne Vallée du Rhône, où les arboriculteurs étaient et sont toujours bien investis dans les organisations professionnelles et les syndicats généralistes et spécialisés. Ainsi, longtemps les responsables professionnels arboricoles ont entretenu des relations avec les pouvoirs publics nationaux de type « guichet » : « *Parce que quand je parle avec des arbos, et que je leur dis il faut qu'on bosse avec le Conseil Général, il y en a qui disaient « mais qu'est-ce qu'il nous raconte là ? ». […] Parce que a priori c'est pas les interlocuteurs classiques. Les interlocuteurs classiques de l'arbo de la vallée du Rhône c'étaient : il y a un problème, ok on va au ministère demander si il y a pas une enveloppe, il y a pas d'enveloppe, ok on va secouer un peu, secouer deux-trois députés, faire une manif… Mais ça, ça ne marche plus ça »*[435].

Si de plus en plus de responsables agricoles mesurent l'importance de travailler avec les collectivités territoriales, il n'en reste pas moins que les modalités de mise en œuvre concrète de projets territoriaux restent difficiles à appréhender pour eux.

a) Manque de connaissances en « ingénierie territoriale » de la part des responsables professionnels

S'il est clair pour les responsables agricoles que les collectivités territoriales seront leurs prochains partenaires, le manque de connaissance de leurs procédures freine leur implication autant que leur enthousiasme. L'exemple de deux d'entre eux ayant participé aux réflexions lors de l'élaboration du CDRA Valence- Drôme-Ardèche-Centre montre leur posture très en retrait vis-à-vis d'un processus perçu comme extérieur à eux-mêmes. Plusieurs éléments d'explication émergent de l'analyse de leurs entretiens.

D'abord, la longueur et la complexité du processus d'élaboration du projet de territoire le rendent, sinon abstrait, du moins difficilement saisissable pour les acteurs arboricoles. L'ouverture territoriale du projet met en présence l'arboriculteur face à d'autres types

[435] Arboriculteur, responsable syndical 26, enquête mai 2006.

d'acteurs, issus d'autres secteurs économiques, parfois considérés comme plus importants que l'arboriculture. Le dialogue parait alors difficile à établir, comme le montre ce producteur qui évoque les réunions de concertation préalable au CDRA Valence-Drôme-Ardèche Centre : « *j'y suis allé en tant que représentant du syndicat de défense de la châtaigne d'Ardèche, pour dire un peu nos besoins… mais c'est pas évident parce que tout le monde cherche à tirer la couverture à soi et nous on est petits… ». [Arboriculteur, membre du syndicat de défense de la châtaigne d'Ardèche, avril 2006]*.

L'appropriation de ce nouveau cadre d'action est rendue d'autant plus difficile que le rythme de renouvellement des procédures[436] parait peu cohérent avec le temps long dans lequel se forgent la confiance et l'apprentissage nécessaires à tout construit collectif. En outre, chaque nouvelle procédure entraîne souvent des remaniements des périmètres et/ou des statuts des intercommunalités, dans lesquels s'expriment parfois davantage des logiques politiciennes ou fonctionnelles que des constructions territoriales cohérentes, ce qui distancient d'autant les arboriculteurs locaux de ces projets. L'exemple de la délimitation du CDRA Valence-Drôme-Ardèche Centre en témoigne : « *Ben je pense que ça a été plus ou moins imposé… je sais pas. Je pense pas que ce soit les Ardéchois qui aient demandé à inclure… et ni même les gens de Chabeuil qui aient voulu être rattachés au pôle de Valence »*[437].

Les procédures d'élaboration des projets des collectivités territoriales et la manière dont ils peuvent influer sur l'arboriculture étant peu ou mal connues par les acteurs du monde agricole, leur implication dans la construction des projets est non seulement très limitée, mais ces nouvelles compétences des territoires administratifs peuvent même être perçues comme des menaces plutôt que comme des opportunités.

b) Crainte et manque de reconnaissance exprimées par les arboriculteurs

Les projets des collectivités territoriales, qui édictent souvent un type d'agriculture « désirée », peuvent être considérés par les arboriculteurs comme une condamnation de l'agriculture existante, dite conventionnelle. Certains se détournent alors de ces partenaires potentiels. Dans ce sens, ils évoquent explicitement leur méfiance vis-à-vis de ces nouveaux lieux de pouvoir, qui suscitent leurs craintes dans un contexte de réglementation toujours plus coercitive : « *Il faut qu'on se méfie que ces projets là ne se traduisent pas en termes de contraintes uniquement. […] Il faut qu'on soit vigilants là-dessus.» [Arboriculteur, responsable syndical 07]*.

Non seulement les collectivités territoriales sont craintes dans leur capacité à imposer de nouvelles normes édictées par la société locale, mais en outre, il leur est reproché de ne pas reconnaître les fonctions territoriales fondamentales de l'arboriculture : *« Les élus se rendent de moins en moins compte des services que rend l'agriculture. Les agriculteurs sont là depuis des millénaires, ils entretiennent le terrain, et on y fait pas attention. Si, ils vont penser à nous quand il y a des problèmes : de l'ambroisie pendant l'été, etc, ils vont nous faire un courrier pour dire qu'on a oublié de faucher notre terrain. On est pas intéressants car on paye pas de taxe professionnelle. » [Arboriculteur, responsable syndical 07]*.

Les arboriculteurs attendent des collectivités territoriales une meilleure connaissance de leurs conditions de travail et une reconnaissance de leurs fonctions territoriales, même les plus fondamentales (emploi, activité économique, entretien de l'espace). En retour, ceux-ci ont du mal à entendre les demandes de leurs collectivités territoriales, en particulier en ce qui concerne quelques « sujets qui fâchent », telles les préoccupations environnementales, les nuisances diverses de l'activité sur le territoire.

[436] Tous les cinq ans pour les contrats de développement Etat-Région types CGD et CDRA.

[437] Arboricultrice, 1ère adjointe d'une commune intégrée au projet, enquête avril 2006.

Les lieux d'élaboration des projets de territoire paraissent encore lointains pour les professionnels. Ce sont des lieux de discussion et les résultats dépendent des compromis qui en résultent, donc des rapports de forces locaux. Dans ceux-ci les arboriculteurs ont du mal à trouver leur place et semblent un peu démunis, ce qui explique les réactions de crainte et de méfiance face à ce qu'ils ne maîtrisent pas, devant des règles du jeu qui leur échappent. Cela traduit également le phénomène constant de diminution de l'emprise agricole dans le milieu rural, où le nombre d'agriculteurs présents dans les conseils municipaux se réduit toujours plus. Pour eux, il s'agit d'apprendre à partager le pouvoir, les décisions, à construire des projets collectifs avec des acteurs aux attentes très différentes les uns des autres, et cette transition n'est pas facile. Elle est rendue d'autant plus difficile à réaliser que les arboriculteurs manquent de connaissances pour s'approprier les dispositifs institutionnels et s'investir dans les démarches de projet, et ont le sentiment que leur rôle n'est pas reconnu par les élus et acteurs territoriaux. Cette appropriation et cet investissement dans la construction territoriale, difficiles à l'échelle des acteurs individuels, sont d'autant plus compliqués qu'ils s'inscrivent dans des jeux de pouvoirs institutionnels.

3. Jeux de pouvoirs institutionnels : concurrences et partenariats autour du « pré-carré agricole »

En affirmant leurs compétences sur l'agriculture, les collectivités territoriales interviennent désormais sur un domaine longtemps réservé aux OPA locales, en particulier les Chambres d'agriculture. Le partage de la compétence et de la légitimité à intervenir sur l'agriculture n'est pas facile (Esposito, 2007). Selon les organisations mises en place et les relations qu'entretiennent entre elles les collectivités territoriales et les Chambres d'agriculture, ce « partage » se traduit par du partenariat, de l'indifférence ou de la concurrence. Dans certains cas, et notamment en Ardèche, les deux types d'institution travaillent en partenariat, mais dans d'autres, comme dans la Drôme, des oppositions liées à l'histoire syndicale ont longtemps contribué à des rapports de concurrence entre la Chambre d'agriculture et certaines collectivités territoriales de la Moyenne Vallée du Rhône.

a) Ardèche : territorialisation de la Chambre d'agriculture et lien avec les politiques territoriales

La Chambre d'agriculture de l'Ardèche a entériné la territorialisation de l'action publique agricole, en organisant son accompagnement par territoires. Des postes de chargés de mission territoriaux ont été créés pour « *aider à l'émergence de projets collectifs* »[438] et pour veiller « *à la cohérence et à la pertinence de l'intervention de la Chambre d'agriculture sur les différents territoires* »[439]. Le département a ainsi été divisé en sept « territoires », qui dispose chacun d'un chargé de mission et d'un élu membre du bureau délégué.

Grâce à cette organisation territorialisée, les chargés de mission sont des partenaires reconnus et légitimes pour les collectivités territoriales. Ils peuvent être présents dans les différents lieux de concertation, et sont ainsi au courant des procédures et dispositifs existants sur les espaces dont ils ont la charge. En outre, étant donné que la majorité des collectivités territoriales ardéchoises de la Moyenne Vallée du Rhône est relativement récente, certaines ont délégué l'animation et l'instruction des dossiers agricoles à la mission territoriale de la Chambre d'agriculture. Ce « partage » des tâches est ainsi plus implicite que clairement décidé, s'expliquant par l'histoire de l'organisation des différentes institutions. Ce fut le cas,

[438] Définition de la « mission territoriale » de la Chambre d'agriculture de l'Ardèche, donnée sur l'organigramme présenté sur le site Internet, consulté le 2 avril 2009 : http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/synagri.nsf/
[439] *Ibid.*

par exemple, des projets agricoles du Syndicat Mixte Eyrieux-Ouvèze-Vernoux, pour lesquels la jeune collectivité ne disposait pas de poste pour l'animation agricole.

D'après les enquêtes menées, ce partenariat semble bien accepté par les différents acteurs concernés et n'est pas remis en question[440]. Par cette organisation territorialisée, la Chambre d'agriculture a su s'adapter pour articuler son champ d'activité et ses prérogatives aux projets territoriaux, et ainsi conserver un certain pouvoir d'intervention.

b) Drôme : oppositions entre collectivités territoriales et OPA sur fond de luttes syndicales

Il en est autrement dans la Drôme, où l'organisation de la Chambre d'agriculture est tout autre : « Si on prend l'Ardèche, eux au niveau de la chambre ils sont habitués à travailler en territoires, depuis dix ans. Donc ils ont pas de services filières comme nous. Nous on est pas habitués à bosser en territoires, alors que pour eux c'est un peu naturel. Ils ont des techniciens ils sont chargés de mission territoriaux, ils ont un territoire, voilà. Nous ici on a pas ça. […]. Et on a des chargés de mission territoriaux, mais ils vont partout. Donc ça marche pas. […] Et ça pose des problèmes dans la Drôme parce que les démarches territoriales CDRA et compagnie on rame. Même si on arrive quand même à raccrocher les wagons, mais on rame beaucoup. » [Arboriculteur, responsable syndical élu à la Chambre d'agriculture 26, avril 2006]. En effet, dans la Drôme, la fonction de chargé de mission territorial a été intégrée comme une nouvelle spécialisation fonctionnelle plus que comme une autre manière de formuler les problématiques agricoles et de mettre en œuvre l'action. Cet état de fait s'explique en partie par une histoire institutionnelle locale différente de celle de l'Ardèche.

Le cas de la Communauté de communes du Val de Drôme (CCVD[441]) est révélateur de la manière dont les jeux de pouvoirs professionnels peuvent se cristalliser sur des institutions, et en conséquence freiner la construction de partenariat entre institutions territoriales et professionnelles. En effet, nous avons montré que des études et un projet de relance de la poire Williams avaient été formalisés par la CCVD dans les années 1990. Alors que les premiers travaux sur la qualité des fruits et sa certification émergeaient au niveau de la Chambre d'agriculture départementale (cf. chapitre 3), pourquoi n'y a-t-il pas eu davantage de réponse de la part des professionnels au projet de la CCVD[442] ? Autre élément d'interrogation : lorsque nous avons rencontré l'adjoint au maire chargé de l'agriculture de la commune de Loriol-sur-Drôme[443], il a évoqué son rôle de défense de l'activité agricole sur la commune, notamment par la protection du foncier. Il cite également la création d'un petit verger conservatoire par la commune, soutenue par des fonds du Crédit Agricole, comme une action paysagère et patrimoniale locale. Aucun partenariat n'est évoqué entre Loriol et la CCVD concernant les fruits. Lorsque la question est posée, il cite uniquement le financement de la réhabilitation de terrasses viticoles par la CCVD dans la commune voisine. Or, cet acteur est également arboriculteur et président de la Chambre d'agriculture de la Drôme, et il explique les réflexions menées au niveau de la Chambre, qui intègrent une différenciation

[440] Néanmoins, le constat dominant reste la sous réalisation des actions agricoles proposées par les collectivités territoriales.

[441] Pour plus de clarté dans notre propos, nous utiliserons le nom CCVD pour évoquer ce territoire, alors que dans le temps les statuts et dénominations ont évolué : en 1976, Syndicat d'étude et de programmation ; en 1980, Syndicat d'aménagement du Val de Drôme ; 1987, District d'aménagement du Val de Drôme ; 2002, Communauté de communes du Val de Drôme. Le périmètre n'a guerre été modifié entre 1987 et aujourd'hui, excepté la sortie de la commune de Crest.

[442] Peut-être cela était-il trop précurseur ? Néanmoins, le fait que des travaux étaient menés à la Chambre d'agriculture laisse supposer que les responsables professionnels auraient pu être intéressés.

[443] Entretien réalisé dans le cadre de notre mémoire de Master 2 Recherche, en avril 2005 à la mairie de Loriol-sur-Drôme. Le même acteur a ensuite été rencontré pour sa fonction de président de la Chambre d'agriculture, en avril 2006, à la Chambre d'agriculture à Valence.

spatiale des problématiques de production au sein du département[444]. En revanche, il n'évoque aucunement les compétences de la CCVD et la possibilité de travailler avec cette institution ou d'autres collectivités territoriales pour l'arboriculture. Comment expliquer ce « vide » entre les réflexions et projets de la CCVD concernant l'arboriculture et ceux portés par les professionnels de la filière, même lorsqu'ils sont élus dans une commune elle-même membre de la CCVD ?

Des raisons objectives et pragmatiques peuvent être avancées pour expliquer la difficulté que rencontre la CCVD à travailler sur la filière fruits, principalement liées à la taille et à l'échelle de cette filière. Il faut en effet de gros moyens pour pouvoir mener un projet qui concerne tout le monde. Or, la CCVD peut également intervenir sur de petits projets, ce qui en fait sa spécificité par rapport à l'approche de la Chambre d'agriculture, qui se doit d'être globale. Ces contraintes pratiques pourraient être solutionnées s'il y avait une volonté de la part des responsables professionnels, mais cela ne semble pas être le cas. Les chargés de mission agriculture de la CCVD soulignent la non reconnaissance de la compétence de la collectivité territoriale par la filière : « *On n'est pas l'interlocuteur. Et comme on n'est pas l'interlocuteur, on ne peut pas faire grand-chose*[445]. » Ce blocage institutionnel s'enracine dans l'histoire des oppositions syndicales locales. En effet, en 1976 l'un des membres fondateurs de la CCVD était un agriculteur, militant chez les Paysans-Travailleurs, opposé aux professionnels en place à la Chambre d'agriculture et à leur modèle de développement agricole. Dès le début la CCVD a pris en charge le développement agricole de son territoire, mais pour les productions autres que celles déjà soutenues par la Chambre d'agriculture. La CCVD s'est ainsi bien implantée dans l' « arrière-pays », où elle disposait de marges d'action importantes dans le développement des productions comme le fromage de chèvre, le miel, les plantes aromatiques, l'agritourisme, etc. Il y avait donc une réelle opposition politique entre « une filière » arboricole fortement engagée dans les OPA de la Drôme et la CCVD portée par un syndicaliste opposant. Les chargés de mission rapportent qu'alors, très peu d'arboriculteurs voulaient travailler avec la CCVD, qui avait une image « confédération paysanne ». En outre, tant que le modèle fruitier en place marchait bien, il n'y avait aucune raison pour eux de vouloir faire autre chose.

Le cas de la CCVD, s'il est le plus emblématique, n'est pas isolé dans la Drôme. Deux autres arboriculteurs[446] ayant des responsabilités municipales et communautaires dans le Pays Drôme des Collines déclarent également s'être investis dans les collectivités territoriales suite à des oppositions syndicales avec les responsables en place à la Chambre d'agriculture. Ces exemples montrent que si, depuis longtemps, les arboriculteurs drômois se sont effectivement bien organisés et engagés dans les OPA départementales (cf. chapitre 2), cela ne s'est pas fait sans luttes et oppositions internes à la profession. Et il semble que les arboriculteurs opposants au modèle dominant ont trouvé dans les collectivités territoriales de nouveaux lieux d'engagement.

Ainsi, l'articulation entre les organisations, les compétences, les légitimités et les contenus des projets des institutions professionnelles en place et des collectivités territoriales plus ou moins récentes n'est pas chose aisée. Elle dépend de nombreux facteurs, et en Moyenne Vallée du Rhône il faut composer avec l'histoire institutionnelle et syndicale. En Ardèche, la territorialisation précoce de l'organisation de la Chambre d'agriculture, couplée à une

[444] Il développe son analyse selon une approche spatialisée : « *A chaque territoire son enjeu* » : l'élevage pour l'arrière pays, la vigne et l'arboriculture pour la vallée, les plantes à parfums et aromatiques pour le Sud du département, etc.

[445] Entretien chargé de mission agriculture de la CCVD, juin 2006.

[446] Encore en activité ou à la retraite, rencontrés tous deux en avril et juillet 2006.

émergence plus tardive des collectivités territoriales a permis un fonctionnement bien articulé entre les deux. En revanche, dans la Drôme, des collectivités territoriales se sont construites très tôt, servant non seulement de « refuge » pour les agriculteurs opposants au modèle professionnel dominant, mais surtout, se positionnant d'emblée sur les productions « délaissées » par la Chambre d'agriculture. Dans ce cas, Chambre d'agriculture et collectivités territoriales semblent s'être partagé le champ agricole : si la première s'occupait des « grandes filières » de la vallée, les secondes prenaient en charge les « petites productions » de l'arrière-pays. Dans ce contexte, l'arboriculture correspondant à la fois à une « grande filière » et étant parmi les productions les mieux représentées dans les OPA, elle fût peut-être plus que les autres le « pré-carré » de la Chambre d'agriculture. Toutefois, la tendance dans les relations entre Chambre d'agriculture et collectivités territoriales semble à l'ouverture.

c) Tendance actuelle : entre ouverture et désengagement des collectivités territoriales envers l'agriculture

Aujourd'hui, dans la Drôme, la situation évolue et le contexte parait favorable à des rapprochements entre la Chambre d'agriculture et les collectivités territoriales. D'une part, la nouvelle génération de responsables syndicaux est bien consciente de la nécessité de travailler avec les partenaires territoriaux. Cette volonté a en outre été explicitement formulée dans le Projet Agricole Drômois pour l'horizon 2016. D'autre part, le renouvellement des élus dans les territoires contribue à apaiser les oppositions[447]. Mais ce climat d'apaisement se double d'un désengagement des collectivités territoriales envers l'agriculture.

L'analyse de l'évolution des organigrammes des collectivités territoriales, entre 2005 (date de commencement de la thèse) et 2009 (date à laquelle nous écrivons ces lignes), montre en effet une diminution des ressources accordée à l'agriculture. Le service agriculture de la CCVD est passé de deux chargés de mission à un seul temps plein partagé avec le Syndicat Mixte Val-de-Drôme-Diois. Au niveau du Pays Drôme des Collines, la personne chargée de mission agriculture-environnement a quitté son poste en 2006[448], et n'a pas été remplacée.

Cette tendance au désengagement des collectivités territoriales envers leurs compétences agricoles s'explique par deux éléments principaux. Le premier est la diminution constante de l'importance de l'agriculture dans le milieu rural : diminution du nombre d'agriculteurs ainsi que de leur représentation dans les conseils municipaux et communautaires. En lien avec la décentralisation et l'évolution démographique dans ces espaces ruraux, les collectivités ont de plus en plus de responsabilités à gérer. Certains enjeux, comme les services à la personne, deviennent prioritaires par rapport à l'agriculture lorsqu'il s'agit de prioriser et répartir les finances publiques. Le second est la difficulté à travailler sur l'agriculture, domaine fortement politisé, disposant déjà d'organisations professionnelles fortes, cristallisant représentations, passions et conflits d'intérêts. De plus en plus, les élus évitent donc de prendre le risque d'aborder ce terrain épineux. Plusieurs arguments sont avancés : le manque de pertinence pour intervenir à des échelles ne correspondant pas à celles des filières, le manque de résultat des actions, la difficulté d'évaluer les impacts en termes de développement territorial, la gestion relationnelle difficile avec les OPA.

Il apparaît finalement que les acteurs du monde arboricole sont très peu investis dans les projets des collectivités territoriales. Cette difficulté des professionnels à prendre part à

[447] Si l'initiateur de la CCVD était encore en 2006 vice-président chargé de l'agriculture, les élections municipales de 2008 ont changé la donne.

[448] Suite à l'obtention du concours d'ingénieur territorial, elle a dû trouver un poste correspondant à ce niveau dans une autre collectivité territoriale.

l'élaboration des projets territoriaux s'explique par le manque de compétence en « ingénierie territoriale » et par le manque de connaissance et reconnaissance réciproque entre les acteurs arboricoles et ceux du territoire. En effet, travailler avec les collectivités territoriales, se saisir des processus de concertation, problématiser dans une approche territoriale, débattre et construire une vision partagée avec des acteurs issus de milieux différents ne se décrète pas, mais s'apprend. Olivier Turquin souligne cette difficulté : « *Raisonner territoire et jeu d'acteurs intersectoriels lorsque l'on est formé, voir formaté, pour penser filière et revendication corporative est un exercice difficile et périlleux. D'autant que l'un n'exclue pas l'autre et que l'irruption du territoire complexifie - parfois à l'extrême - l'idée que chacun peut se faire de son métier et de ses responsabilités.* » (Turquin, 2007).

La construction d'un projet partagé nécessite également connaissance et reconnaissance mutuelle, entre les différents acteurs intervenants. Il s'agit d'être capable de construire une représentation collective sur l'objet « arboriculture » et ses perspectives de développement. Or aujourd'hui en ce qui concerne l'arboriculture, s'il peut y avoir des convergences entre les attentes des arboriculteurs (besoin de solutions sanitaires et commerciales) et celles qu'en ont les territoires (vente directe, qualité, paysage), le manque de reconnaissance mutuelle des acteurs est encore important. Comment apprendre à s'entendre, à construire un accord collectif entre professionnels et acteurs du territoire autour de ces valeurs pouvant faire ressource territoriale pour l'arboriculture (plus-value économique) et pour les territoires (maintien d'une économie locale, attractivité, identité) ?

Intégrer davantage les acteurs de l'agriculture dans les projets territoriaux pourrait passer par le renouvellement des conditions et des objets du dialogue entre les producteurs et leurs organisations agricoles et les acteurs des collectivités territoriales. Derrière l'idée de dialogue, nous entendons la « *nécessité d'une compréhension mutuelle des problématiques et préoccupations inhérentes à chaque profession* [voir à chaque catégorie d'acteurs territoriaux], *qui doit déboucher sur la coordination autour de projets territorialisés* » (Frayssignes, 2005, p.366). Mais le dialogue ne se décrète pas. L'implication d'un acteur médiateur, reconnu et légitimé par les différentes parties concernées, peut permettre de dépasser les situations d'oppositions ou de conflits, souvent liées à l'histoire et à la méconnaissance des acteurs. Dans le Nord Drôme, un collectif d'acteurs structuré autour de la MFR d'Anneyron assure ce rôle de médiation et apporte la compétence d'ingénierie territoriale.

III. L'exemple de la dynamique Fruits-Territoires de la MFR d'Anneyron : analyse d'une action de médiation entre arboriculture et territoire

L'espace du Nord Drôme se distingue du reste de la Moyenne Vallée du Rhône par un nombre important de projets de valorisation de l'arboriculture soutenus par les collectivités territoriales (cf. Tableau 41). Nous faisons ici l'hypothèse que cette situation est en partie liée à l'action d'un acteur collectif local, « hybride » entre monde professionnel et territorial, regroupé autour de la MFR[449] d'Anneyron. Par diverses actions, ce collectif d'acteurs contribue en effet à tisser des liens nouveaux entre acteurs du monde arboricole et acteurs du territoire. Cette action composite et diffuse, que nous appelons « médiation », contribue à réduire les manques identifiés sur les autres territoires administratifs. La médiation observée

[449] Les Maisons Familiales Rurales sont des établissements professionnels de formation agricole, basés sur des enseignements en alternance avec des stages dans le milieu professionnel. Les élèves des MFR sont appelés des « stagiaires » et les enseignants des « formateurs ».

de manière participante sur l'espace d'action de la MFR d'Anneyron se traduit par des résultats factuels et par des évolutions qualitatives, d'ordre socioculturel.

1. Les conditions de la médiation

Avant d'entrer dans l'analyse des effets de la médiation, il est nécessaire de la définir et de présenter son fonctionnement. Dans leurs travaux sur l'économie de proximités, Jean-Pierre Gilly et Bernard Pecqueur mobilisent cette notion pour expliquer les conditions nécessaires à l'existence de coordinations entre différents acteurs économiques situés sur un même territoire. La médiation représente alors le processus d'hybridation entre des logiques institutionnelles diverses qui se déploient à plusieurs échelles (du local au global), et une proximité géographique (Gilly et Pecqueur, 2000), ce qui constitue finalement une proximité territoriale. Dans ce cas, la médiation, assurée par un acteur médiateur (souvent institutionnel) permet d'aboutir à l'élaboration d'un « *système commun de représentations collectives* » pour les acteurs du territoire. Et c'est ce référentiel commun qui permet l'existence de coordinations inter-acteurs, donc de projet et de processus de développement territorial. La médiation observée ici est en réalité le résultat d'une organisation complexe entre plusieurs institutions et les différentes actions auxquelles elles sont associées.

a) Une organisation originale entre arboriculteurs-MFR-collectivités territoriales

Dans le Nord Drôme, les nombreuses actions de soutien à l'arboriculture ou de valorisation symbolique de cette production, identifiées et suivies tout au long de la thèse (Tableau 41), sont toutes sous-tendues par le même collectif d'acteurs articulé autour de la MFR d'Anneyron.

La MFR d'Anneyron est une institution locale ancienne, créée en 1941, qui forme les arboriculteurs de la région depuis maintenant trois générations. Elle cumule la compétence de principal centre de formation arboricole régional, à celle de développement local[450]. Elle se trouve ainsi particulièrement concernée par la crise qui touche l'arboriculture, d'abord par le risque de diminution des effectifs de stagiaires, ensuite par la remise en question de l'enseignement dispensé. Plusieurs questions traversent actuellement les discours du directeur : quelle formation dispenser à des jeunes qui souhaitent s'installer aujourd'hui en arboriculture ? Quelles solutions économiques leur proposer ? Faut-il diversifier davantage la formation ou abandonner la spécialisation en arboriculture ? La MFR bénéficie ainsi d'une double compétence, arboricole et de développement local, et d'une légitimité en matière arboricole reconnue par les professionnels de la filière.

Par ailleurs, son statut associatif la dote d'un conseil d'administration dans lequel sont investis les élus locaux, favorisant les liens entre cette institution et les collectivités territoriales.

i. Lien organique MFR - collectivités territoriales : rôle des acteurs multicasquettes

Le partenariat entre la MFR d'Anneyron et le Pays Drôme des Collines est inhérent à l'histoire et à la raison d'être du Pays, créé en 1998 pour un Contrat Global de Développement dont l'un des trois projets financés était une étude prospective réalisée par la MFR, intitulée « Fruits-Territoires »[451]. Plus précisément, l'articulation organisationnelle

[450] Fonction attribuée à tous les établissements d'enseignement agricole, sous contrat avec le Ministère de l'Agriculture, depuis la Loi Rocard du 31 décembre 1984.

[451] DEPLACE J. [2003], *Etude prospective sur l'arboriculture fruitière en Drôme des Collines et alentours : Rapport d'étape*, Anneyron: Maison Familiale d'Anneyron, Contrat global de Développement Drôme des Collines (Action 33).

entre la MFR et les collectivités territoriales est le fait d'acteurs multicasquettes, investis dans les deux types d'institution.

D'abord, au niveau des élus : celui qui a été président de la MFR depuis la fin des années 1990 jusqu'en 2007 était également élu au conseil municipal de la commune d'Anneyron et président de la commission agriculture de la Communauté de communes Rhône-Valloire (CCRV). S'il n'occupe plus le poste de président de la MFR aujourd'hui, il est en revanche deuxième adjoint à la commune depuis 2008, et toujours conseiller communautaire membre de la commission agriculture de la CCRV. Les relations restent fortes et bonnes entre cet élu local et la MFR. Parallèlement, celui qui a été le directeur de la MFR durant la même période était également Conseiller Général du canton de Saint-Vallier depuis 2001. Depuis 2008, il est maire d'Anneyron et réélu Conseiller Général, il occupe la fonction de deuxième vice-président du Conseil Général de la Drôme. Il siège également au conseil communautaire de la CCRV (commission finances) et au bureau du Conseil Local de Développement du Pays Drôme des Collines. S'il n'est plus directeur de la MFR, les liens restent également forts entre cet acteur politique et l'institution[452].

Ensuite, les liens se font au niveau des administratifs : un formateur à temps partiel à la MFR, qui a été chargé de la réalisation de l'Etude-Action « Fruits-Territoire », est également employé à temps partiel comme chargé de mission agriculture-environnement à la CCRV, depuis 2004. Ce formateur MFR - chargé de mission Rhône-Valloire, par son double appui institutionnel et sa connaissance de l'arboriculture du territoire, joue un rôle particulièrement important dans la circulation de l'information concernant les projets émergents, les dispositifs territoriaux, ainsi que dans l'animation et la coordination sur le terrain de divers projets touchant à l'arboriculture. En outre, si cet acteur n'est ni arboriculteur, ni habitant de la Drôme des Collines, son engagement personnel dans le projet de soutien à l'arboriculture est fort. Cela fait référence à des valeurs personnelles proches du Mouvement des Pays, du Développement Local, de la Confédération Paysanne, qui se traduisent également par des engagements actuels dans son propre territoire de résidence.

Pour ces différentes raisons nous appellerons cet acteur le « Pivot » de l'acteur collectif. En outre, lors de ses participations, il est bien souvent difficile de distinguer si telle action est faite sous la casquette « MFR », ou sous celle de la CCRV, ou enfin, par pur engagement personnel. Certes, l'investissement de cet acteur Pivot n'est pas non plus uniquement altruiste ou idéaliste, il est également lié à l'enjeu de justification et de renouvellement de ses fonctions. Aujourd'hui, dans les collectivités territoriales notamment, il est en effet préférable pour les chargés de mission d'obtenir des résultats concrets pour justifier leurs postes.

ii. Lien de confiance MFR - arboriculteurs : formation et engagement constant

La MFR d'Anneyron jouit d'une grande connaissance et reconnaissance professionnelle de la part des arboriculteurs. Elle est très largement connue par les producteurs de la Moyenne Vallée du Rhône et les OPA, non seulement parce qu'elle forme de jeunes arboriculteurs depuis plus de 60 ans, mais également par son réseau de maîtres de stage chez qui elle envoie chaque année ses stagiaires en alternance. Ainsi, son expertise professionnelle est communément reconnue. Enfin, sa relative neutralité politique transcende pour partie les divergences syndicales qui divisent certaines collectivités territoriales et la Chambre d'agriculture.

[452] Ainsi, l'histoire de la MFR présentée sur son site Internet cite et nomme ces deux personnalités comme les acteurs ayant assuré son équilibre actuel. Citation extraite du Site Internet, consulté le 7 avril 2009 : « *Après une période difficile au milieu des années 90, la MFR réussit à remonter la pente sous l'impulsion de son directeur, M. G., de son président, M .F, (tous deux encore en poste aujourd'hui), et de son conseil d'administration.* ». Source : http://pagesperso-orange.fr/mfr.anneyron/Quisommesnous.htm#mfr4. Consulté en août 2009.

La MFR est reconnue localement, dans le nord de la Drôme des Collines[453], comme un acteur engagé dans les actions de promotion et de soutien de l'arboriculture. Par sa présence constante dans les évènements locaux (à la fête de la poire de Moras par exemple), en soirée ou en week-end, elle se positionne comme un partenaire important et accessible pour les professionnels. Elle en est devenu leur interlocuteur privilégié lors de réflexions ou de projets locaux.

En définitive, cet acteur complexe qu'est la MFR et ses ramifications territoriales, et en particulier le caractère multicasquettes de l'acteur Pivot, bénéficie de compétences et de reconnaissances à la fois au sein de la filière et du territoire. Par sa connaissance de la filière, il peut assurer la mise en relation entre des initiatives spontanées (comme la réalisation d'un magasin de vente directe) et les collectivités territoriales, ainsi que l'aide à la réalisation de dossiers de financements (jusqu'à 40% du coût de certaines actions sont pris en charge par le Pays Drôme des Collines). Il peut aussi être sollicité comme « expert » dans la conception de projets, comme lors de sa participation au comité de pilotage de l'étude de faisabilité du conservatoire de variétés de fruits à noyau drômoises. Enfin, le double statut sectoriel/territorial de ce médiateur le positionne hors des jeux de concurrence qui régissent les stratégies d'entreprises et les querelles politiques, et limite le risque d'appropriation privée des projets. Par ce positionnement articulé à la fois à la filière et au territoire, tout en gardant une relative indépendance vis-à-vis de ces deux mondes politiques, les acteurs investis dans la MFR ont pu contribuer, soutenir ou réaliser diverses actions allant toutes dans le sens du rapprochement entre l'arboriculture et le territoire.

b) Chronologie de la médiation : accumulation d'actions diffuses aux effets convergents

La reconstruction chronologique des diverses actions touchant à l'arboriculture et liées à la MFR d'Anneyron montre en première lecture la constance et la récurrence de l'intervention de ce médiateur. Cela montre, ensuite, la diversité des formes d'intervention et la diversité de leurs effets, tant sur le contenu de l'action que sur le public visé (Tableau 41). Nous avons classé les effets des différentes actions en plusieurs catégories, rassemblées en deux grands thèmes.

D'une part, des actions contribuent à la fabrication de représentations collectives concernant l'objet arboriculture et ses liens avec le territoire (RC)[454]. Plus précisément, cela concerne des actions dont les effets sont de trois types :

- L'amélioration de la connaissance de l'arboriculture locale et des acteurs professionnels, qui concerne la MFR et les collectivités territoriales (RC-Coll. Terr.) ;
- Le changement des représentations des arboriculteurs et des jeunes en formation vis-à-vis de leur métier (RC-Pro) ;
- Le changement des représentations des habitants-consommateurs de fruits vis-à-vis de l'arboriculture locale (RC-Conso).

D'autre part, des actions relèvent de l'ingénierie territoriale (IT), comblant ainsi le manque de compétence des professionnels arboricoles en la matière. Cela concerne deux types d'effets :

- L'accompagnement des professionnels dans la sollicitation de financements publics et la réalisation des dossiers de demande (IT-Dossier) ;

[453] Plus précisément sur les territoires de la Communauté de communes Rhône-Valloire (26) et du Pays Roussillonnais (38).

[454] Codification utilisée dans le tableau d'analyse des effets des actions de la médiation (cf. Tableau 41).

- L'accompagnement des professionnels dans l'organisation concrète des projets collectifs (IT-Projet.).

La lecture chronologique du contenu des actions ainsi que de leur enchaînement révèle comment les actions de médiation s'entremêlent et se construisent au fil du temps, par tâtonnement. Trois grandes phases peuvent être distinguées ici : la phase des fondations (1998-2004), la phase de tâtonnements (2004-2007), et enfin, la phase de construction du projet (à partir de 2008).

i. Phase des fondations : construire les conditions d'une réflexion commune

D'abord, la première phase est celle qui s'appuie sur le projet d'étude-action « Fruits-Territoire », porté par la MFR d'Anneyron et co-financé par le Pays Drôme des Collines. Entre 2000 et 2003, le diagnostic participatif de l'arboriculture du territoire, réalisé par l'acteur Pivot, permet la rencontre et la sensibilisation des professionnels : 450 questionnaires sont envoyés aux arboriculteurs, dont 50 réponses, et par ailleurs plus de 30 arboriculteurs ont été rencontrés et interrogés lors de six tables rondes. La synthèse du diagnostic est publiée en 2003 (Deplace, 2003) et envoyée à tous les participants. Enfin, deux journées de restitution, débats et réflexions prospectives sont organisées en 2004, à la MFR, où sont conviés les professionnels et les institutions territoriales et agricoles. Lors de celles-ci, intitulées « Journées Fruits-Territoires », des chercheurs du développement territorial sont invités à présenter leurs travaux, comme Bernard Pecqueur qui est venu présenter le cas du Panier de Biens des Baronnies.

Les résultats de cette première phase du projet sont de deux ordres : une sensibilisation des arboriculteurs vis-à-vis de leur métier et de son rapport au territoire, et une mobilisation des institutions territoriales autour de la thématique « Fruits-Territoires ».

Tableau 41: Chronologie des actions de médiation menées par le collectif « MFR d'Anneyron »

Dates	Action (*porteur du projet*)	Rôle du médiateur « MFR d'Anneyron »	Effets de l'action dans la médiation
1998	Etude-Action « Fruit-Territoire » (*MFR*)	Initiative du projet Réalisation de l'étude par l'acteur Pivot	RC – Coll. Terr. + Pro
2003	Fin de l'étude « Fruits-Territoires », publication de la synthèse (*MFR*)	Réalisation par l'acteur Pivot	RC – Coll. Terr. + Pro
2004	Journées « Fruit-Territoire » (*MFR*)	Réalisation et animation par l'acteur Pivot, pour et à la MFR	RC – Pro + Coll. Terr.
Fin 2004 - 2005	Constitution du Pole Ressources Fruits Territoires (*MFR*)	Initiative et réalisation du projet Coordination par l'acteur Pivot	RC – Coll. Terr. IT – Projet
Sept. 2004	1ère Fête de la poire de Moras (*Arbos de Moras*)	Aide à l'organisation Ingénierie pour dossiers de financements	IT – Dossier + Projet
Mars - avril 2005	Constitution d'un « Comité technique » et groupes de travail du Pôle Ressource Fruits Territoires (*MFR*)	Coordination par l'acteur Pivot	IT – Projet RC – Coll. Terr.
2006	Enquête Habitants-Consommateurs (*MFR*)	Initiative du projet Réalisation par les stagiaires MFR	RC – Conso + Pro
Sept. 2006	2ème Fête de la poire de Moras (*Arbos de Moras*)	Aide à l'organisation Ingénierie pour dossiers de financements	IT- Projet + Dossier RC – Pro + Conso
2006	Etude de faisabilité d'un conservatoire / écomusée des variétés de fruits à noyaux de la Drôme (*Chambre agriculture 26*)	Participation au comité de pilotage	RC – Coll. Terr.
2007	Enquête Habitants-Consommateurs (*MFR*)	Réalisation par les stagiaires	RC – Conso + Pro
Mai 2007	Journée « Paysages du Bien Vivre en Drôme des Collines » (*Pays Drôme des Collines, MFR*)	Organisation du thème « de l'arbre au verger » par et à la MFR	RC – Conso
Janv. 2008	Création d'une commission arboricole liée au schéma touristique de la CC Rhône-Valloire (*CC Rhône-Valloire*)	Initiative et animation de l'acteur Pivot	IT – Projet
Avril 2008	Entretiens du terroir en Valloire (*Arbos de Moras, MFR, CCRV*)	Initiative et coordination par l'acteur Pivot	IT – Projet RC – Pro + Conso
2008	Enquête Habitants-Consommateurs (*MFR*)	Réalisation par les stagiaires	RC – Conso + Pro
Juin 2008	Voyage au Forum Planète Terroirs (*MFR, CCRV, Arbos de Moras*)	Participation du directeur de la MFR et de l'acteur Pivot	IT – Projet RC – Pro
Sept. 2008	3ème fête de la poire de Moras (*Arbos de Moras*)	Aide à l'organisation Ingénierie pour dossiers de financements	IT – Projet + Dossier RC – Pro + Conso
Avril 2009	2ème Entretiens du Terroir en Valloire (*MFR, CCRV)*	Coordination par l'acteur Pivot	IT – Projet + Dossier RC – Pro + Conso

La méthode participative employée par l'étude-action Fruits-Territoires a, dans un premier temps, suscité des questionnements et réflexions de la part des arboriculteurs. La manière dont était problématisée l'étude, ainsi que la synthèse des résultats et les journées de restitution incite les producteurs à considérer leur territoire en termes de ressources pour améliorer leur activité. Par exemple, le problème de valorisation amène à considérer la possibilité de mieux communiquer sur la « poire de la Valloire » ; le problème du manque de main d'œuvre amène à envisager la création d'un groupement d'employeurs pluriactifs à l'échelle du territoire, etc. En particulier, la réflexion sur la question de la valorisation a conduit les producteurs à reconsidérer leur activité et leur production en fonction de ce qu'ils peuvent apporter au territoire : des pratiques respectueuses de l'environnement, un « panier » de divers fruits frais, etc. Il y a donc là évolution de la représentation de leur métier avec prise en compte de ses interrelations territoriales. Mais la mobilisation des agriculteurs s'arrête avec la fin de l'étude-action.

En parallèle, l'étude-action a permis d'apporter une meilleure connaissance de l'arboriculture aux collectivités territoriales et ouvert des pistes de réflexion quant à la manière dont elles pourraient soutenir cette activité. Des liens institutionnels sont renforcés, notamment entre la MFR, le Pays Drôme des Collines et la CCRV, cimentés par la volonté commune d'agir pour soutenir l'arboriculture. De cette volonté institutionnelle naît le projet de Pôle de Ressources Fruits Territoires, porté par la MFR.

ii. Phase des tâtonnements : affiner la réflexion institutionnelle mais manque de relais professionnels

L'enjeu pour la MFR est de poursuivre les réflexions issues de l'étude-action dans le cadre d'actions concrètes. Entre le printemps 2004 et fin 2005, l'idée de Pôle de Ressources Fruits Territoires est élaborée, en partenariat avec le Pays Drôme des Collines et les autres établissements d'enseignement agricole du territoire. L'ambition du Pôle de Ressources, porté par la MFR, est de constituer un lieu de capitalisation d'informations et de compétences concernant l'arboriculture, ainsi qu'un lieu de volontés et de réflexions susceptible de donner naissance à des projets. Cette construction institutionnelle, reconnue par le Pays Drôme des Collines, permet l'obtention de financements pour quelques projets. En parallèle, les acteurs de la MFR, rassemblés en « Comité technique », essaient de mobiliser les professionnels selon les problématiques issues de l'étude-action. A la fin de l'année 2004, trois groupes de travail sont créés, un voyage d'étude est proposé. Mais la dynamique ne prend pas : si quelques professionnels assistent aux première réunions de l'hiver 2004/05, le voyage d'étude proposé sur la stratégie des fruits de Savoie est annulé par manque d'inscriptions, et les réunions ne sont pas reprogrammées après la saison d'été 2005. Toutefois, des actions isolées montrent la persévérance de la MFR à travailler sur le thème Fruits-Territoires. D'abord, des actions propres à la MFR sont mises en place, comme une enquête annuelle, réalisée par les stagiaires, auprès des habitants de la Drôme des Collines consommateurs de fruits. De même, une exposition et des conférences sur le rôle de l'arboriculture dans la qualité de vie de la Drôme des Collines sont organisées en mai 2007. Ensuite, la MFR et l'acteur Pivot, par sa fonction de chargé de mission agriculture de la CCRV, s'investissent dans l'appui à l'organisation de la fête de la poire de Moras-en-Valloire, initiée par l'association des « Arbos de Moras » en 2004. L'acteur Pivot les aide à la constitution de dossiers de financements pour le Pays Drôme des Collines, à étoffer leur journée par des conférences (par exemple intervention de Gilles Fumey[455] sur le thème du terroir) et à faire des synergies avec d'autres

[455] Gilles Fumey est professeur en géographie à l'Université Paris IV Sorbonne. Ses travaux portent sur la géographie culturelle des produits alimentaires.

productions locales (par exemple organisation d'un marché des productions locales). La MFR tient un stand, présentant sa formation, et les stagiaires participent aux animations de la Fête de la Poire (stand de dégustation, visite des vergers par exemple).

Cette phase est ainsi celle des tâtonnements, des essais, durant laquelle les réflexions des acteurs médiateurs et institutionnels se précisent quant à ce qu'ils « pourraient » faire pour l'arboriculture locale tandis que les professionnels se désengagent du projet, ne voyant pas de résultat concret à court et moyen terme. On voit bien ici la difficulté de concilier la réflexion prospective qui se fait à l'échelle de temps du projet institutionnel, au besoin d'ancrage dans le concret, de réalisation à court terme qui correspond davantage au cadre d'action des professionnels.

Néanmoins, la constance de l'engagement de la MFR se traduit par trois grands résultats : l'intervention sur les représentations collectives des habitants-consommateurs vis-à-vis de l'arboriculture, sur celles des stagiaires vis-à-vis du métier d'arboriculteur, et enfin, l'établissement d'une relation de confiance avec les arboriculteurs locaux.

Concernant les habitants-consommateurs, ils ont pu être sensibilisés à la consommation de fruits locaux lors des enquêtes réalisées en 2006, 2007 et 2008 par les stagiaires de la MFR, d'autant plus que l'objectif de sensibilisation était affirmé dans la démarche d'enquête. Ainsi, chaque année environ 250 personnes ont été interrogées. En outre, les « Journées du Bien Vivre » organisées en 2007 à la MFR était également un lieu de sensibilisation destiné aux habitants. Malheureusement, la faible fréquentation de cet évènement fût décevante, liée à un manque de communication auprès du grand public. Enfin, la Fête de la Poire constitue un lieu privilégié de sensibilisation des habitants locaux. Il s'agit en effet de communiquer sur ce fruit et ses spécificités : ses variétés, ses modes de production, de consommation, son terroir. Une démarche pédagogique est développée, avec conférences, visites commentées des vergers, stands d'exposition des variétés et de dégustation, démonstration d'un cuisinier, etc. S'il est donc bien difficile d'évaluer l'impact réel de ces différentes actions auprès des habitants de la Drôme des Collines, on peut néanmoins affirmer qu'elles contribuent à faire progresser leurs connaissances de l'arboriculture locale, et leur sensibilité pour une consommation de celle-ci. En cela, ces actions tendent à la constitution de représentations collectives favorables à la consommation de proximité.

Ces mêmes actions constituent un apport pédagogique certain pour les stagiaires de la MFR. Participer à la préparation et à l'organisation de celles-ci les conduit non seulement à penser l'arboriculture dans son cadre territorial, mais également, à intégrer la question de la commercialisation et du lien aux consommateurs. Les stagiaires réalisent à quel point certains consommateurs sont ignorants vis-à-vis de l'arboriculture et surtout, de ses circuits de commercialisation. Dans cette même logique, la MFR a récemment intégré un module « préparation à la mise en marché » dans le programme pédagogique du bac professionnel « Productions Fruitières ». Il est éloquent de constater la manière dont ces opérations touchent les jeunes en formation, les interpellent quant à leur propre projet professionnel. Pour exemple, les résultats de chaque enquête annuelle auprès des habitants-consommateurs font l'objet d'une restitution publique à la MFR[456]. Lors de celle-ci, les stagiaires réagissent aux résultats en se positionnant clairement comme des arboriculteurs, employant le pronom « *nous* » et cherchant comment mieux valoriser leurs fruits : « *nous devons mieux communiquer auprès des consommateurs* »[457].

[456] Nous avons participé à chacune de celles-ci, en apportant également des résultats issus des travaux réalisés par les étudiants de l'ISARA auprès des consommateurs lyonnais et drômois. Le public se compose en général de 8-10 personnes, variant selon les années : des formateurs de la MFR, des arboriculteurs, des professionnels locaux, des représentants du Pays Drôme des Collines ou un administratif des OPA arboricoles.

[457] Réaction d'un étudiant lors de la restitution de l'enquête consommateurs, juin 2007, Anneyron.

Enfin, le dernier niveau de résultat de ces différentes actions est d'avoir permis la consolidation d'un collectif d'acteurs autour d'un projet commun, celui de la promotion de la poire de la Valloire. De fait, l'engagement constant de la part de la MFR auprès de la Fête de la Poire de Moras, de 2003 à 2007, a contribué, d'une part, au renforcement de l'existence et de la reconnaissance institutionnelle de l'association des « Arbos de Moras », et d'autre part, a établir un lien de confiance avec ce collectif de professionnels. Ainsi, à l'occasion de l'élaboration du schéma touristique de la CCRV, axé sur le thème de l' « arborescence »[458], c'est ce collectif qui est consulté afin d'évaluer les synergies possibles avec les arboriculteurs.

La médiation permise par le collectif d'acteurs articulé autour de la MFR d'Anneyron se traduit par deux grands types d'effets, résultant d'une série d'actions diverses, parfois tâtonnantes, mais visant toutes le même objectif, celui de mieux valoriser l'arboriculture sur le territoire. Les fondements de cette représentation commune, partagée par la MFR et les institutions territoriales, sont issus de la première étude-action Fruits-Territoires. Le premier type d'effet de cette médiation concerne la construction de représentations collectives, concernant l'arboriculture et la consommation locale de la production locale, auprès de trois catégories d'acteurs : les habitants-consommateurs, les politiques et acteurs des collectivités territoriales, et enfin, les producteurs et professionnels de la filière fruits. Le second effet de cette médiation tient à la constitution d'un collectif d'acteurs, liant une organisation institutionnelle informelle (le Pôle de Ressources Fruits Territoire rassemblant la MFR, la CCRV et le Pays Drôme des Collines) et une association d'arboriculteurs, dans un même projet, la valorisation de la poire de la Valloire.

Les diverses actions répertoriées permettent toutes, à leur manière, de renouveler les lieux et les conditions du dialogue entre producteurs, institutionnels et habitants-consommateurs. De ce fait la connaissance réciproque des uns et des autres progresse. Elles ont également permis l'émergence de nombreuses idées pour mieux valoriser l'arboriculture, dont deux semblent dominantes. La première concerne la valorisation du terroir particulier de la poire de la Valloire. La seconde souligne l'opportunité de valoriser l'offre de diversité, de fraîcheur et de services que peut proposer la production locale sur le territoire. Mais le passage de l'idée au projet reste conditionné à la difficulté de mobiliser des professionnels prêts à s'engager dans une démarche nouvelle. Si aucun collectif ne s'est constitué autour de l'idée d'offre locale, il semble que le collectif des « Arbos de Moras » puisse assurer le relais professionnel nécessaire à la construction d'un projet territorial.

2. Un « déclic » ? La dynamique autour des « Entretiens du Terroir » en Valloire

La fin de la chronologie montre un basculement dans l'enchaînement des actions à partir de 2008 : organisation des Entretiens du Terroir en Valloire en avril 2008, publication des actes, visite au Forum Planète Terroir en juin 2008, réorganisation des 2èmes Entretiens du Terroir en Valloire en avril 2009. Le basculement est constitué par l'arrivée d'actions nouvelles structurées autour du thème « terroir de la Valloire » et portées par un collectif de trois acteurs institutionnels : la MFR, la CCRV, et les « Arbos de Moras ».

Le concept d'« Entretiens du Terroir » est développé et promu par l'association Terroirs & Cultures, dans le but « de conforter, de créer ou recréer de la richesse économique agricole et touristique, de relancer des dynamiques territoriales et de favoriser un développement basé,

[458] Ce thème a été proposé par un cabinet d'étude-conseil mandaté pour élaborer un projet global de développement touristique pour la CCRV. L'entrée par le thème du fruit, de l'arboriculture et de l'arborescence pourrait permettre des synergies avec les autres secteurs du territoire (économie, culture, etc.). L'idée de l'arborescence a été présentée publiquement en avril 2008. Les actions sont encore en construction.

non pas sur des incitations descendantes, mais sur la mise en œuvre de volontés locales. »[459] Dans cette optique, les « Entretiens du Terroir » sont des lieux d'échanges et de discussions autour d'un thème prédéfini, entre acteurs publics et privés d'un même territoire (appelé ici terroir). L'approche est donc plurisectorielle, dans une visée de développement territorial par la mobilisation des spécificités locales.

En Valloire, la nouveauté par rapport aux années précédentes est la mobilisation d'un collectif d'arboriculteurs, les « Arbos de Moras », aux côtés du médiateur (lien MFR – CCRV). Cette mobilisation de professionnels marque un tournant dans la médiation entreprise. Elle n'a été possible que grâce au lien de confiance et de reconnaissance établi depuis plusieurs années par l'acteur Pivot avec l'association d'arboriculteurs. Et pour les arboriculteurs, cette mobilisation dans les « Entretiens du Terroirs » favorise le processus de reconnaissance de la ressource que constitue leur terroir pour la valorisation des poires. C'est pourquoi nous parlons, à ce stade, de « déclic » organisationnel et socioculturel dans la construction du lien entre arboriculteurs et projet de territoire.

a) Le déclic organisationnel : l'intégration des arboriculteurs dans le débat sur un projet territorial

La première Fête de la Poire de Moras a été organisée en 2004 par l'ensemble des arboriculteurs de la commune, en lien avec le Comité des Fêtes. L'objectif initial de cette manifestation était de revaloriser le métier d'arboriculteur, entaché de mauvaise réputation auprès de la population locale (souvent perçus comme riches, pollueurs, exploitants de main d'œuvre), et de réapprendre à cette même population comment consommer la poire[460]. L'orientation de la Fête de la Poire est en effet clairement pédagogique (visites de vergers, stands de dégustation, conférences, etc.). L'association loi 1901 des « Arbos de Moras » est un résultat de cette première Fête, puisqu'elle a été créée fin 2004 par l'ensemble des arboriculteurs dans le but explicite d'être autonome vis-à-vis des autres associations locales pour l'organisation de la 2ème Fête de la Poire.

Les « Arbos de Moras » rassemble ainsi les huit arboriculteurs de la commune autour d'un même objet, l'organisation de la Fête de la Poire. Et cela est déjà une situation exceptionnelle, mais fragile. De fait, aux dires des acteurs locaux, Moras serait la seule commune où il est possible de rassembler tous les arboriculteurs dans une même pièce… même si certains appartiennent à des familles qui « ne se parlent pas » depuis deux ou trois générations. Dans ce contexte, la thématique de la valorisation économique des fruits n'est absolument pas abordée au sein de l'association. En effet, chacune des huit exploitations représentées dispose de sa propre stratégie commerciale[461], et le sujet est délicat.

L'idée et la proposition d'organiser des « Entretiens du Terroir » en Valloire est venue de l'acteur Pivot et de la MFR. Le concept s'inscrit bien dans la continuité de la dynamique « Fruits-Territoires » et des réflexions sur le thème du « panier de biens » dans lequel la valorisation d'un produit phare permet d'entraîner des synergies locales et un développement territorial. Le thème proposé par le médiateur s'oriente vers les fruits, les paysages et la dimension patrimoniale de la Valloire. Si les collectivités territoriales ont été rapidement

[459] Le terme « Entretien du Terroir » est déposé à l'INPI. La définition des « Entretiens du Terroir » est présentée sur le site Internet de l'association, consulté le 8 avril 2009 : http://www.terroirsetcultures.org/wakka.php?wiki=LesEntretiensduterroir.

[460] D'après des entretiens menés avec quatre des arboriculteurs membres de l'association des « Arbos de Moras », en avril 2006 et en avril 2008.

[461] Parmi les huit exploitations, une expédie en frais et distille une partie, deux commercialisent essentiellement en vente directe, une adhère à Rhodacoop, une livre à un expéditeur, et trois sont membres d'une OP syndicale dans laquelle chacun expédie sa production.

intéressées (commune de Moras, CCRV), restait à mobiliser les arboriculteurs dans un projet qui dépasse leur seule association, et le seul thème de la poire.

Lors de la première présentation du projet par l'acteur Pivot auprès des « Arbos de Moras », en présence de l'animateur de Terroirs & Cultures, ils ne furent pas intéressés par ce projet. Le travail que représente l'organisation de la Fête de la Poire est déjà important, ils n'en veulent pas davantage. En outre, aborder la question de la valorisation économique reste difficile au sein de l'association. L'acteur Pivot s'est alors appuyé sur le leader de l'association, le plus sensible à la thématique de la valorisation locale (vendant lui-même la majorité de ses fruits en vente directe), et bénéficiant d'une relative écoute de la part des autres arboriculteurs. Ce président leader s'est lui-même appuyé sur les deux autres arboriculteurs les plus moteurs de l'association. L'un des deux confiera qu'il n'était pas vraiment intéressé pour s'investir dans ce projet, par manque de temps essentiellement. Mais il le fera « *pour ne pas braquer* » l'acteur Pivot, parce que « *cette personne est une ressource pour nous* », et « *qu'il a déjà tant fait pour nous aider* »[462], notamment dans l'organisation de la Fête de la Poire. Finalement, les trois arboriculteurs « moteurs » ont organisé ces « Entretiens du Terroir » avec l'acteur Pivot et les autres professionnels engagés, et en ont parlé aux autres arboriculteurs seulement quelques semaines avant, pour ne pas les effrayer.

Finalement, l'engagement des « Arbos de Moras » dans ces premiers « Entretiens du Terroir » en Valloire fut réussi et reconnu[463]. Une dynamique positive autour de ce thème semble amorcée, renforçant d'autant les liens entre les professionnels et le médiateur. Par exemple, deux arboriculteurs (toujours parmi le groupe des trois « moteurs »), l'acteur Pivot et le directeur de la MFR ont fait le déplacement ensemble pour assister au Forum Planète Terroirs en juin 2008. La MFR envisage de candidater pour organiser le Forum Planète Terroir en septembre 2010 en Valloire. Enfin, deux arboriculteurs ont intégré le conseil d'administration de l'Office du Tourisme intercommunal de la Valloire dans l'objectif de réfléchir à un projet touristique mettant en valeur les spécificités évoquées lors des « Entretiens du Terroir » en Valloire[464]. Cet engagement organisationnel des « Arbos de Moras » dans une réflexion collective, en lien avec d'autres acteurs du territoire, a également des incidences importantes en termes de représentations sociales.

b) Le déclic socioculturel : la reconnaissance collective d'une ressource territoriale

La participation des arboriculteurs à la préparation et aux débats lors des « Entretiens du Terroir » en Valloire, animés par une méthodologie d'accompagnement adaptée, a contribué à une réelle prise de conscience de l'opportunité qu'ils avaient à valoriser le terroir de la Valloire.

Si les spécificités des poires de la Valloire sont connues par les professionnels, valorisées sur des marchés hauts de gamme par des expéditeurs spécialistes de ce produit (cf. chapitre 4), la possibilité d'identifier et de communiquer sur cette origine, déjà évoquée dans les groupes de travail du Pôle de Ressources Fruits Territoires, semble avoir pris consistance pour les arboriculteurs lors de la préparation des « Entretiens du Terroir ». En cela, la méthodologie d'accompagnement[465] déployée par l'association Terroirs & Cultures n'est pas neutre. Lors du

[462] Entretien d'un des leaders de l'association des « Arbos de Moras », avril 2008.

[463] L'association est présentée comme l'un des trois principaux organisateurs de la soirée dans le livret des actes.

[464] En septembre 2008, lors de notre dernier entretien avec l'acteur Pivot, l'idée était de proposer un circuit touristique autour de la Distillerie, de la Tonnellerie et d'un restaurateur cuisinant les fruits.

[465] L'association propose son concept « *clef en main* », « *bénéficiant d'une pédagogie et d'une méthodologie claire et reconnue* ». Dans celle-ci, si la définition de la thématique et des axes de questionnement est importante, une grande place est donnée à la communication de l'évènement, notamment via la presse locale. Site Internet : http://www.terroirsetcultures.org/wakka.php?wiki=LesEntretiensduterroir, consulté le 9 avril 2009.

discours d'introduction des « Entretiens du Terroirs » en Valloire, le représentant affirme explicitement leur objectif : « *accompagner les acteurs locaux dans la prise de conscience des ressources locales* ». Ainsi, une nouvelle fois des chercheurs sont invités, pour développer encore les thèmes chers à l'acteur médiateur : Bernard Pecqueur vient présenter le modèle du « panier de biens » des Baronnies, et Gilles Fumey développe la question des cultures alimentaires régionales. En outre, les acteurs locaux sont invités à s'exprimer à travers deux questions : « *qu'est-ce que le terroir Valloire, pour eux ?* » et « *que pouvons nous faire ensemble pour développer une spécificité terroir ?* ». Ce questionnement construit localement et alimenté par les intervenants extérieurs, confrontant leurs connaissances au territoire de la Valloire, amène les arboriculteurs à reconnaître une ressource là où, auparavant, ils n'en voyaient pas.

Au niveau individuel, les conséquences de ces « Entretiens du Terroir » sont variables[466]. Un des arboriculteurs, au départ réticent au projet, accepte néanmoins de participer et d'évoquer son activité de distillerie. Il déclare que c'est lors de la réflexion préparatoire et plus clairement lors de la soirée qu'il a vraiment réalisé que s'identifier au terroir de la Valloire pouvait constituer, pour lui, une stratégie de différenciation. Lorsque nous l'interrogeons, par la suite, nous demandons s'il mentionne « Moras » ou « Valloire » sur ses étiquettes. Sa réponse est éloquente : « *Je n'y avais pas pensé ! mais c'est une bonne idée, je vais le faire dès que possible…* ».

Pour les arboriculteurs moteurs de l'association, l'idée d'une communication collective sur la qualité des poires de la « Valloire » est clairement exprimée. Si l'un évoque l'utilisation d'une marque collective, l'autre s'interroge sur l'outil le plus pertinent : AOC ? IGP ? marque collective ? simple communication collective ? Néanmoins, les échecs des expériences passées (comme le COVAPI), la dispersion des arboriculteurs dans diverses organisations commerciales concurrentes, laissent planer doutes et pessimisme quant à ce projet. Finalement, leur principale préoccupation est de savoir quelle organisation de mise en marché pourrait porter le projet.

Au niveau du collectif, la participation aux « Entretiens du Terroir » a conduit les leaders de l'association des « Arbos de Moras » à reconsidérer leur échelle d'action. Si initialement l'association avait une ambition uniquement professionnelle et communale (comme son nom l'indique), ils affirment dans leur discours introductif aux « Entretiens du Terroir » leur souhait d'ouverture géographique et plurisectorielle. D'une part, la volonté de s'élargir et d'accueillir les autres arboriculteurs de la vallée est exprimée, même si, pour l'heure, il n'est pas question de remplacer « Moras » par « Valloire » dans le nom de l'association[467]. Ensuite, est formulé le souhait de travailler de concert avec les autres opérateurs de la filière, c'est-à-dire les expéditeurs, les transformateurs, voire même les commerçants, ainsi qu'avec ceux du territoire, comme les autres artisans, les restaurateurs, l'office du tourisme, etc. Enfin, par rapport au projet de la prochaine Fête de la Poire, qui interviendra quelques mois plus tard, le président de l'association affirme la volonté de « travailler davantage sur le lien au territoire », mais les idées concrètes sont encore floues.

La rencontre avec l'association Terroirs & Cultures et sa méthodologie d'animation semble avoir concrètement activé une dynamique locale sur le terreau du lien de confiance tissé entre l'acteur Pivot et l'association des « Arbos de Moras ». L'acteur médiateur s'enrichit ici de l'appui de l'association Terroirs & Cultures, qui lui apporte des moyens et des compétences spécifiques en termes d'animation territoriale. Les arboriculteurs et professionnels locaux

[466] Nous avons rencontré et interrogé plusieurs des arboriculteurs quelques semaines après ces « Entretiens du Terroir », mais avant leur voyage au Forum Planète Terroir.

[467] Entretien avec le président, avril 2008.

affirment prendre conscience de l'intérêt de communiquer sur l'identité « Valloire », comme support de différenciation et de valorisation économique pour les fruits. A partir de cette rencontre entre le projet territorial et celui d'un collectif d'arboriculteurs, une piste de travail se précise donc, il y a reconnaissance collective d'une ressource territoriale. La programmation des 2ème « Entretiens du Terroir » en Valloire, prévu sur le thème des savoir-faire en avril 2009 en est une preuve. Reste encore à passer à l'organisation commerciale permettant l'activation de cette ressource.

3. Des limites, quand projet territorial et organisation commerciale se télescopent

Les débats et déclarations d'intérêt faites lors des « Entretiens du Terroir » n'évoquent pas l'organisation commerciale existante. Or, si l'étape de reconnaissance collective de la ressource semble ici bien avancée, contrairement aux exemples analysés dans le chapitre 3, celle de sa valorisation économique reste à construire pour les arboriculteurs. Les discours faits lors des « Entretiens du Terroir » et dans le mois qui a suivi cet évènement expriment le projet d'intégrer une dimension d'identification et de valorisation économique de la poire lors de la prochaine Fête de la Poire.

a) Le constat de la fête de la Poire 2008 : absence de valorisation commerciale des fruits

Lors de la Fête de la Poire de septembre 2008, les stands et animations proposées quant à la poire[468] sont à peu près les mêmes que lors de la Fête de la Poire de 2006 : un stand du boulanger de Moras qui propose des gâteaux à la poire, un stand de la MFR qui présente sa formation, des repas servis avec un menu à la poire, des visites de vergers, une conférence de Gilles Fumey sur « Terroir et Goût », la boisson Morassienne préparée à base de poire, un stand de la distillerie Ogier de Moras, et un stand des « Arbos de Moras » qui présente, fait déguster et vend les différentes variétés de poires.

Le stand des « Arbos de Moras » était alimenté par des plateaux de poires fournis par l'OP des Fruitiers Dauphinois, à laquelle adhèrent trois arboriculteurs de la commune. Les poires étaient déjà calibrées et conditionnées, comme prêtes à l'expédition, et même étiquetées aux marques des différents clients de l'OP. Ainsi, certains plateaux étaient stickés « *Reflets de France* » (pour Carrefour), « *Le Savoir Fruits* » (marque propre de l'OP, ici pour des fruits destinés à Ecomarché) ou encore une marque appartenant à la gamme restauration collective de Pomona.

Certes, le thème général de la Fête de la Poire articule bien entre eux les différents composants d'un terroir (le produit, le savoir-faire, le paysage, l'histoire), faisant le lien avec les autres secteurs économiques et patrimoniaux, mais finalement on n'y retrouve pas d'identification claire de la poire « de la Valloire »[469]. Une fois quittée la fête, les visiteurs se trouvent bien démunis pour s'approvisionner en poire de la Valloire. Sauf en allant chez les producteurs locaux qui pratiquent la vente directe, où peuvent-ils en trouver ? Comment

[468] D'autres animations sont proposées, faisant le lien avec les autres richesses locales : visite du vieux village et de son patrimoine historique, un marché des produits locaux, une démonstration des vieux métiers ruraux, etc. Par ailleurs, la nouveauté de la Fête de la Poire de 2008 était de s'ouvrir sur un « produit invité », la vanille de Madagascar, avec un stand de présentation et des animations d'artisanat et de danses traditionnelles de Madagascar.

[469] Pour tester notre hypothèse concernant le message véhiculé par la Fête de la Poire, nous nous y sommes rendus avec un accompagnant peu initié à la filière fruits. Il a acheté un plateau de poires aux « Arbos de Moras », de la part de qui il a apprécié les conseils quant à leur conservation et leur consommation. Mais par la suite, il n'a jamais été capable de retrouver « ces poires » dans les commerces.

l'identifier ? Autant de questions qui restent à résoudre, et face auxquelles les arboriculteurs de Moras ne sont pas tous d'accord.

b) Quelle adéquation d'une démarche Valloire avec les logiques commerciales préexistantes ?

Selon leurs stratégies commerciales existantes, les arboriculteurs des « Arbos de Moras » envisagent différemment le projet de valorisation de l'identité « Valloire ». Les questions des échelles géographiques et de l'opposition entre démarches individuelles et collectives se posent immédiatement. En effet, les trois arboriculteurs qui vendent principalement en direct projettent d'ajouter « Valloire » sur leurs étiquettes et de profiter ainsi de la renommée peu à peu construite localement par la Fête de la Poire. Pour eux, une communication portée par l'association des « Arbos de Moras » serait envisageable.

L'arboriculteur qui est membre d'une coopérative de la vallée du Rhône envisage la solution par la création d'une marque ou d'un identifiant collectif, sur lequel il faudrait communiquer collectivement. Le problème est d'engager une ou des coopératives ou OP existantes dans la défense de ce projet. Or, pour l'heure, aucune de ces structures ne semble appropriée :

- Pour Rhodacoop, la poire ne représente qu'un tout petit volume ;
- Pour l'OP Dollon Valloire qui commercialise avec la maison Lhorme, l'échelle d'approvisionnement est cohérente et la poire est un des produits phares de l'expéditeur. Mais le directeur est proche de la retraite et n'a ni le charisme ni la volonté d'être leader d'un tel projet.
- Pour l'OP des Fruitiers Dauphinois, l'échelle géographique dépasse la seule Valloire et la logique d'expédition individuelle est forte. Mais elle compte des jeunes arboriculteurs qui pourraient apporter leur dynamisme.

Enfin, pour les arboriculteurs membres de l'OP Fruitiers Dauphinois, le projet exprimé en septembre 2008 consiste à proposer des animations commerciales dans le rayon fruits du Super U local pendant la saison des poires. Certes, cela pourrait permettre d'améliorer les ventes et donc d'assurer un débouché commercial aux producteurs, mais la question des prix de vente reste posée.

En définitive, aucune solution proposée, ni organisation commerciale existante ne rassemble tous les arboriculteurs de la Valloire. L'idée d'une organisation propre au projet « poire de la Valloire » est explorée, notamment par le médiateur. Il souhaite créer un groupe de « réflexion-action » rassemblant tous les arboriculteurs. Mais il déclare s'être rapidement heurté à des oppositions calquées sur les différentes appartenances commerciales existantes. La concertation n'en est pas pour autant bloquée, elle continue…

La question du temps de la construction d'un (éventuel) projet collectif est également à considérer. De fait, la 3ème Fête de la Poire est intervenue seulement cinq mois après les premiers « Entretiens du Terroir » en Valloire, et après la saison d'été pendant laquelle les arboriculteurs n'ont pas de temps à consacrer à d'autres préoccupations que la récolte et sa commercialisation. Passer de la conscience d'une ressource à valoriser à sa mise en œuvre concrète demande du temps, des moyens, et des acteurs prêts à prendre le risque de le faire. Pour cela, quelle est l'organisation la plus adaptée ? Cet exemple montre encore l'opposition entre le besoin d'une stratégie collective pour rassembler des volumes et mutualiser les moyens nécessaires à la communication[470] et l'importance de conserver la souplesse inhérente

[470] Et dans le cas d'une démarche visant l'obtention d'un SIQO, les moyens nécessaires sont encore plus importants.

aux démarches individuelles. A l'heure où nous écrivons ces lignes, le projet est toujours plus en cours de « réflexion » qu'en « action ».

Cet exemple montre comment, par une succession de différentes actions dans le temps, un acteur médiateur reconnu et légitimé par les différentes parties concernées peut faciliter l'intégration des arboriculteurs dans l'élaboration d'un projet territorial, et la connaissance réciproque entre producteurs et consommateurs-habitants. La médiation assurée par la MFR permet la réalisation de projets ponctuels divers qui conduisent à la « fabrication de représentations collectives » nécessaires à une reconnaissance de la ressource territoriale qu'est le terroir de la poire de la Valloire. Cette reconnaissance collective est permise par l'intégration concrète des arboriculteurs dans la préparation et la réalisation des « Entretiens du Terroir », qui sont en fait une méthodologie spécifique d'animation territoriale. Contrairement aux Fêtes de la Poire où ils sont à l'organisation pendant le déroulement des conférences, cette fois-ci ils étaient dans la salle, contributeurs ou spectateurs, mais dans tous les cas auditeurs des discours et donc touchés par la réflexion en cours de construction.

En revanche, la manière adaptée pour valoriser cette ressource n'est pas encore trouvée. Si le médiateur ou certains arboriculteurs envisagent une valorisation par la mise en œuvre d'une stratégie collective d'identification-communication de la poire de la Valloire, il n'en demeure pas moins que les arboriculteurs restent fidèles à leurs propres circuits commerciaux. Le changement des pratiques commerciales est une prise de risque que peu d'entre eux peuvent se permettre de prendre.

Les collectivités territoriales sont désormais des acteurs ayant des compétences et des attentes envers l'arboriculture. Elles mobilisent sa dimension identitaire à travers les valeurs positives qu'apportent les fruits et les paysages de vergers, ainsi que son attractivité à travers l'offre de service constituée par les ventes directes. Dans ce sens, elles participent au rapprochement cognitif entre l'arboriculture et les consommateurs locaux, ce qui est favorable aux circuits de proximité. Certaines élaborent également des projets de soutien à l'arboriculture, qui traduisent les attentes sociétales vis-à-vis de la « naturalité », de l'agriculture bio, et des services (dont la vente directe).

Néanmoins, les projets portés par les collectivités territoriales sont très largement sous-réalisés. Le principal facteur explicatif tient au manque de dialogue, compris comme un manque de connaissance et de reconnaissance réciproque entre les acteurs de l'arboriculture et ceux des collectivités territoriales. Si les collectivités territoriales manquent de capacité d'animation sur leurs territoires, et ont parfois du mal à appréhender la filière fruits, c'est la connaissance en termes d'ingénierie territoriale qui fait défaut aux arboriculteurs. Les conditions organisationnelles d'un partenariat entre collectivités territoriales et arboriculteurs ne sont donc pas réunies.

L'intervention d'un acteur médiateur peut combler ce manque. Tel est le cas de la MFR d'Anneyron, acteur reconnu et légitimé grâce à des liens durables et forts avec, à la fois, les arboriculteurs locaux et les collectivités territoriales. Depuis plus de dix ans, ce médiateur poursuit le projet de développer l'arboriculture locale grâce à ses liens au territoire par une succession d'actions : engagement régulier sur le terrain, soutien aux arboriculteurs en termes d'ingénierie territoriale (accès aux financements), organisation d'évènements, etc. Néanmoins, il demeure difficile de mobiliser les professionnels lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre concrètement les idées formulées dans les lieux de réflexion.

La construction de partenariat entre collectivités territoriales et professionnels arboricoles est donc entravée par plusieurs difficultés. Il s'agit d'abord de la question des échelles de temps des projets, entre le temps long de l'élaboration institutionnelle et le besoin de concret, de tangible, nécessaire pour s'ancrer dans la temporalité de l'action des professionnels. Cela pose ensuite la question des échelles géographiques, entre l'échelle restreinte des projets de territoire, correspondant à celle de la ressource nouvellement formulée, et l'échelle plus vaste de la filière et du bassin de production. L'articulation entre le collectif et l'individuel est également une difficulté. Le collectif, encouragé par le modèle professionnel agricole, est exigé par les collectivités territoriales pour avoir accès aux soutiens publics. S'il permet par exemple de supporter certains investissements, ou de structurer un marché nouveau, la liberté et la souplesse permises par le fonctionnement individuel sont toutefois préférées par de nombreux arboriculteurs. Enfin, la question de l'articulation entre l'existant et le nouveau constitue la dernière difficulté. Par exemple, les projets de valorisation territoriale (comme la poire de la Valloire, la vente directe, etc.) se superposent aux circuits d'expédition existants à l'échelle du bassin de production, sans trouver d'organisation commerciale adaptée à leur propre échelle.

Conclusion Deuxième Partie

Cette partie montre comment, devant les faiblesses économiques du modèle de production-expédition, les producteurs locaux trouvent des débouchés leur assurant une viabilité économique. Pour cela ils multiplient les circuits de commercialisation, élaborant de véritables stratégies de valorisation à l'échelle de leurs exploitations qui tirent partie de la complémentarité entre les circuits de proximité et les circuits d'expédition pour valoriser au mieux la diversité de leur production.

Ces deux types de circuits ne valorisent en effet pas les mêmes qualités de fruits. Les premiers rémunèrent la fraîcheur, la maturité, le service grâce à la proximité entre producteurs et acheteurs (consommateurs, grossistes, IAA, détaillants). Les seconds rémunèrent les volumes de qualité homogène et normée.

L'existence des circuits de proximité, c'est-à-dire d'une diversité d'opérateurs situés dans la Moyenne Vallée du Rhône détenant les connaissances nécessaires pour valoriser les différentes qualités des fruits en les différenciant de l'offre distribuée par les circuits d'expédition, constitue une ressource organisationnelle pour le bassin de production. Elle est territoriale dans les mesures où ces opérateurs, leurs réseaux commerciaux et leurs connaissances spécifiques des fruits locaux et des marchés régionaux s'inscrivent dans les réseaux sociaux et les particularités de cet espace. Ce caractère informel la rend néanmoins fragile, ce qui est renforcé par le fait qu'elle n'est pas reconnue par le modèle dominant de production-expédition.

La notion de bassin de production appliquée à ce questionnement est ainsi affinée. Par rapport aux travaux fondateurs (Diry, 1997 ; Vaudois, 1987), la grille d'analyse visant à décrire ses interrelations avec son ou ses territoires a ici été complétée pour intégrer les dynamiques actuelles. Les résultats montrent l'émergence de deux nouveaux types d'acteurs importants à considérer. Ce sont d'abord les collectivités territoriales qui interviennent de plus en plus dans le système d'encadrement du bassin. Elles s'impliquent sur la question agricole à plusieurs titres comme la préservation du paysage et de la qualité de vie, la gouvernance alimentaire[471] qui inclut les circuits de proximité, la préservation de l'environnement, etc. Si ces acteurs n'étaient pas aussi présents à l'époque des travaux réalisés par Jean-Pierre Diry et Jean Vaudois, ils sont aujourd'hui incontournables. Le second type d'acteur est constitué par les consommateurs. Ils interviennent sur les bassins de production de manière informelle et plurielle, à travers leurs habitudes d'achat, leurs demandes, leurs statuts d'habitant et d'électeur (alors relayés par les collectivités territoriales), mais également par des organisations structurées pour influer directement sur la production et sur les circuits de commercialisation (comme les AMAP). Leur rôle dans le bassin de production est plus difficile à saisir, parce que plus diffus, que les actions et messages des collectivités territoriales, mais nos résultats montrent combien leur action directe sur l'économie peut être influente. Ainsi, la prise en compte de ces nouveaux acteurs et de leurs relations de coopération ou de rivalité avec les institutions professionnelles des bassins de production est essentielle à la compréhension des dynamiques à l'œuvre.

[471] Notamment, l'engouement actuel de celles-ci pour organiser un approvisionnement local dans la restauration collective laisse présager la structuration de filières locales pilotées par ces institutions.

Par ailleurs, l'analyse de la manière dont la proximité entre une production et des consommateurs fait ressource montre que le seul constat d'une proximité géographique entre un producteur et un consommateur n'est pas suffisant pour expliquer l'existence de circuits de proximité. Or, jusqu'à présent, de nombreux travaux de géographie rurale citent comme un lieu commun le fait que la proximité d'un bassin de consommation est favorable au développement de bassins de production intensifs (Diry, 1997; Vaudois, 1987) ou de productions fromagères AOC (Frayssignes, 2005). Ils n'expliquent cependant pas à quelles conditions cela fait ressource. Dans la Moyenne Vallée du Rhône, les circuits de proximité fonctionnent en effet grâce à trois caractéristiques du bassin de production : des bassins de consommateurs demandeurs du type de qualité que l'on trouve sur les circuits de proximité ; des professionnels locaux qui possèdent les compétences et les savoirs pour réaliser l'ajustement entre la diversité des qualités des fruits produits et les différentes demandes des consommateurs ; une diversité de circuits commerciaux présents sur le bassin permettant d'écouler la totalité des volumes produits, en optimisant la valorisation des différentes qualités.

Ainsi, les deux dimensions de la proximité, géographique et organisée, permettent le fonctionnement des circuits de proximité. Plus précisément, deux enseignements se dégagent de l'application de cette notion aux circuits de commercialisation. D'une part, la proximité géographique entre la production et son débouché doit être rendue « *fonctionnelle* »[472] par les infrastructures de transport, les équipements, les organisations formelles ou informelles et les connaissances des professionnels locaux. En ce sens, la proximité géographique n'est fonctionnelle que grâce aux caractéristiques géographiques et sociales d'un espace donné. C'est parce que la Moyenne Vallée du Rhône présente des intermédiaires compétents et des consommateurs demandeurs de certaines qualités des fruits que les circuits de proximité fonctionnent aussi bien. Ainsi, si la proximité géographique peut être considérée comme une ressource générique, la proximité fonctionnelle constitue une ressource spécifique d'un territoire donné. D'autre part, le type de différenciation du produit varie avec la distance séparant le producteur du consommateur. La relation producteur-consommateur apparaît en effet suffisante lors de la vente directe, alors que plus la commercialisation s'éloigne du lieu de production, plus le lien est médiatisé (indication de provenance, des coordonnées du producteur, marque privée). Il y a ainsi construction d'une proximité « *relationnelle* » entre producteur et consommateur, dont le mode de médiatisation dépend de la proximité géographique.

Proximités géographique et organisée sont donc interdépendantes l'une de l'autre à la fois pour les questions de fonctionnalité du circuit et de différenciation du produit. Néanmoins, l'influence de la proximité géographique demeure fondamentale dans notre cas de fruits frais. En effet, la proximité organisée ne peut compenser que partiellement les effets de l'éloignement géographique entre la production et ses débouchés. Ainsi, on a montré que si une coopérative parvient à coordonner un grand nombre d'adhérents situés dans un rayon proche, lorsque ce rayon s'élargit, les besoins en logistique doivent être concentrés sur un nombre restreint d'apporteurs. De même, si l'offre de fruits proposés en vente directe intègre de nombreuses spécificités (diversité des espèces, des variétés, des maturités, conseils, confiance, convivialité, etc.), ce nombre décroît à mesure que des intermédiaires interviennent entre le producteur et le consommateur (fraicheur-maturité).

[472] Nous empruntons ce terme à André Torre pour qui la proximité géographique peut se traduire en distance métrique ou horaire, et tient compte des spécificités des terrains sur lesquels elle s'applique, « *Mais elle intègre également la dimension sociale des mécanismes économiques, ou ce que l'on appelle parfois la distance fonctionnelle* » (Torre, 2004, p.4).

Conclusion générale

L'objet de la thèse était de traiter des possibilités de valorisation construites à partir d'éléments liés à l'espace de production pour une agriculture qui ne correspond pas au cadre des formes classiques de spécification territoriales (SIQO, marques territoriales, etc.). Pour cela, nous avons posé deux questions de recherche :

- quels sont les éléments d'interrelation entre la production et l'espace d'origine qui peuvent permettre d'apporter une valeur ajoutée non délocalisable à la production, autrement dit, quelles ressources territoriales sont ou peuvent être mobilisées pour l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône ?

- comment et par qui ces ressources peuvent être valorisées, à quelles conditions, sous quelles formes de valorisation territoriale ?

L'hypothèse initiale postulait que les liens entre l'arboriculture et son espace pouvaient constituer des ressources territoriales mobilisables pour mieux valoriser ou permettre le maintien de la production fruitière dans son espace d'origine et que la mobilisation de ces ressources territoriales pouvait entraîner des tensions avec le modèle productif et les échelles de fonctionnement du bassin de production arboricole. Répondre à ces questions nous a ainsi amenée à expliciter les interrelations entre le bassin de production et ses territoires, à différents pas de temps, et à plusieurs échelles.

La première partie de cette thèse a explicité le paradoxe que représente l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. Ce bassin de production à cheval sur des territoires et des territorialités, sur une diversité d'exploitations et de productions fruitières, fait toutefois système à travers un modèle productif dominant, le modèle de production-expédition. Sa cohérence repose sur la capacité des opérateurs de l'expédition, situés au cœur du bassin, à assembler la diversité pour la commercialiser sur les circuits d'expédition (centrales d'achat, export). Ce modèle productif a été construit dans un contexte de marché communautaire restreint et protégé. Depuis l'entrée de pays à faible coût de production dans le marché européen (Espagne, Grèce, accords avec la Turquie, etc.) et surtout face à la concentration de la grande distribution, ce fonctionnement n'est plus viable. En conséquence, le bassin de production de la Moyenne Vallée du Rhône est soumis à deux tensions, qui s'opposent l'une à l'autre. La première, qualifiée de « centrifuge », est exercée par les principaux expéditeurs du bassin. Ils élargissent leur aire d'approvisionnement au-delà de celle du bassin pour être capables d'offrir des volumes de fruits standardisés, de qualité définie par les référentiels européens et privés, selon la demande des distributeurs. Accompagnée par la déterritorialisation de l'organisation économique de la filière (réforme de l'OCM de 2007), cette tension exerce un effet de dilution de l'entité Moyenne Vallée du Rhône dans la filière nationale. A l'inverse, un ensemble de tensions « centripètes » s'expriment au sein du bassin de production. Elles sont la conséquence des initiatives d'identification territoriale des fruits tentées par les producteurs et leurs organisations afin de mieux valoriser leurs produits. Conduites à diverses échelles et visant la différenciation d'une partie de la production, elles produisent un effet de morcellement interne au bassin. Or, cela s'oppose à la recherche d'élargissement de l'approvisionnement des expéditeurs, qui en retour ne s'impliquent pas dans les démarches, et, par conséquent, les condamnent à l'abandon faute d'opérateur commercial.

La seconde partie de la thèse a explicité comment les arboriculteurs se saisissent des opportunités locales, à l'intersection de ces deux tensions, pour maintenir la viabilité économique de leur activité. A l'échelle des exploitations, la tendance est d'ajouter aux circuits d'expédition existants de nouveaux débouchés qui permettent l'internalisation de la marge commerciale sur l'exploitation et la valorisation de plusieurs proximités entre production et consommation. Cinq profils-types décrivant les différentes stratégies de valorisation des exploitations ont été construits. Ils montrent comment les arboriculteurs composent avec les différents débouchés commerciaux présents dans le bassin pour valoriser les diverses qualités de leurs fruits, en adéquation avec leurs modes de production. La recherche à partir des exploitations révèle ainsi l'existence de « circuits de proximité » pluriels et multi-scalaires, où interviennent différents types de professionnels (grossistes, détaillants, IAA), de consommateurs (habitant le bassin de production ou plus éloignés) et de modes de commercialisation (transaction directe du producteur ou passage par le marché de production). Développés parallèlement à l'organisation institutionnelle du bassin de production-expédition, ces circuits bénéficient de soutiens directs et indirects de la part des collectivités territoriales. Celles-ci les considèrent en effet comme un phénomène positif pour le développement et l'attractivité de leurs territoires. Il demeure cependant encore difficile pour les acteurs agricoles et territoriaux de co-construire de véritables projets partenariaux, faute de connaissances et reconnaissances réciproques. Si l'intervention d'un acteur médiateur entre ces deux mondes peut favoriser leur rapprochement, la question de l'opposition entre la tension centripète exercée par les projets territoriaux et la tension centrifuge qui régit le fonctionnement des opérateurs de l'expédition demeure toutefois posée.

Ainsi, répondre à la question « quelles ressources territoriales mobiliser et comment ? » nécessite de considérer la différenciation du produit **et** le type de circuit de commercialisation utilisé. La valorisation des liens entre l'arboriculture et ses territoires (son histoire, des terroirs spécifiques, des savoir-faire) par l'identification territoriale du fruit ne fonctionne pas par les circuits d'expédition. En effet, ces circuits sont dominés par la grande distribution qui bénéficie d'un rapport de négociation très favorable : quelques centrales d'achats françaises mettent en concurrence des centaines de fournisseurs à l'échelle mondiale. Maintenir cette position suppose d'éviter toute différenciation d'un fournisseur par rapport aux autres, donc de freiner l'émergence commerciale d'une nouvelle identification territoriale. Dans cette logique, les enseignes de la grande distribution refusent de payer plus cher des produits portant une identification territoriale, et ne sont pas favorables à la mise en œuvre de supports visuels permettant de médiatiser cette identité dans les rayons[473]. Au contraire des produits transformés, les fruits frais ne présentent pas d'emballage pouvant faire office de support de communication. Les enseignes incitent, en revanche, leurs fournisseurs à adopter leurs MDD, effaçant ainsi les marques privées du regard des consommateurs.

Les circuits de proximité autorisent, quant à eux, la valorisation de qualités non normées, particulières aux fruits frais (maturité, fraîcheur, aptitude à la transformation, etc.) et la construction progressive de différents liens aux territoires. Ils offrent aux producteurs les supports de communication adéquats, ils induisent la spécification de l'offre de fruits locaux et peuvent conduire à la création de réseaux territoriaux avec des producteurs d'autres produits agroalimentaires, avec les opérateurs du tourisme et avec les collectivités territoriales. C'est donc à travers les circuits de proximité, initialement développés comme

[473] Dans les cas de fruits bénéficiant d'une identification territoriale ancienne, comme les pommes et poires de Savoie (IGP) ou la pomme du Pilat (marque collective), les grandes surfaces régionales commercialisent les fruits identifiés. Elles y ont intérêt car ces produits sont reconnus et appréciés par les consommateurs locaux. Néanmoins, la rémunération demeure insatisfaisante pour les producteurs, indexée sur les cours du marché mondial. Ils valorisent davantage leurs produits sur les circuits haut de gamme, par les grossistes et détaillants spécialisés.

opportunité économique par les producteurs, qu'il y a territorialisation progressive des exploitations et relocalisation d'une petite partie des flux de fruits. Un des résultats de la thèse est donc d'enrichir la connaissance de ce phénomène, que nous appelons circuits de proximité, de préciser la ressource territoriale sur laquelle ils reposent et d'interroger les conditions de sa viabilité.

La notion de circuits de proximité pour les fruits

Les circuits de proximité observés dans la Moyenne Vallée du Rhône, valorisant une proximité entre production et consommation, ne correspondent à aucune définition existante de circuit de commercialisation. En effet, ils débordent de la catégorie des circuits-courts, définie par les économistes agricoles, les sociologues et géographes ruraux comme une forme de vente qui fait intervenir un intermédiaire au maximum entre le producteur et le consommateur (Chaffotte et Chiffoleau, 2007). Dans notre cas, le nombre d'intermédiaires peut être plus élevé. En outre, la question de l'échelle géographique est peu traitée dans l'étude des circuits-courts, alors qu'elle apparaît centrale dans les faits décrits dans cette thèse. L'usage de la notion de circuits courts dans les travaux récents incorpore souvent l'idée d'une distance géographique limitée entre producteur et consommateur, mais les limites proposées pour cette distance s'appuient sur des critères arbitraires. Ainsi, les travaux de Lydie Chaffote et Yuna Chiffoleau (2007) se réfèrent à la réglementation commerciale[474] pour proposer une notion de « circuits de proximité » définie par une limitation spatiale de 80 km entre le lieu de production et le lieu de vente aux consommateurs. L'ouvrage collectif coordonné par Gilles Maréchal propose quant à lui de circonscrire les circuits courts à « *l'échelle territoriale de la proximité* », qu'il définit lorsque production et consommation se trouvent dans le même territoire (Marechal, 2008). N'y a-t-il pas de « circuits courts » là où il n'y a pas de territoire ? Que dire lorsque les « circuits courts » sont à cheval sur plusieurs territoires administratifs, ou plusieurs territoires identitaires ? Ainsi, il s'agit de nous émanciper des définitions arbitraires, des limites préétablies en termes de nombre d'intermédiaires et de distance. Nous proposons une définition des « circuits de proximité » appuyée sur les spécificités de la production concernée et des espaces sur lesquels elle est située.

Or, plus que pour d'autres produits agroalimentaires, la proximité entre la production et la consommation est structurante dans la commercialisation des fruits. Elle conditionne en effet la qualité finale de ces produits fragiles. Deux éléments en témoignent sur le terrain. D'abord, les fruits d'origine locale sont exposés comme un véritable produit d'appel par les producteurs-vendeurs, comme par les revendeurs. Leur capacité à proposer des fruits « *mûrs sur l'arbre* »[475] leur confère une différenciation certaine face à l'offre des circuits d'expédition. Les espèces les plus fragiles sont également les plus vendues sur les circuits de proximité : pêches, fraises, framboises[476]. Ces fruits, souvent récoltés verts lorsqu'ils sont destinés à l'expédition, sont ceux qui révèlent le plus grand différentiel de qualité lorsqu'ils sont récoltés mûrs et vendus rapidement. Ainsi, l'attractivité des fruits vendus sur les circuits de proximité relève du couple maturité-fraîcheur. La capacité des circuits de proximité à offrir

[474] Ces travaux se réfèrent au texte réglementaire du décret n°2002-1468 du 12 décembre 2002, relatif aux conditions de contrôle de la qualité des produits issus de producteurs ou artisans commercialisant leur production « en petite quantité » sur le « marché local ». Il délimite ce marché local à une distance de 80 km entre le lieu de production et le lieu de vente.

[475] Mention relevée sur des panneaux de magasins de vente directe et de revente de fruits locaux en Août 2007.

[476] La pomme est la quatrième espèce la plus vendue sur les circuits de proximité. Cela s'explique par un second facteur : sur les marchés d'expédition les prix pour la catégorie II sont très bas pour cette espèce. Aussi, les producteurs essaient de valoriser cette catégorie sur d'autres circuits.

une qualité spécifique des fruits (maturité-fraîcheur) dépend donc davantage du délai entre la récolte et la consommation que de la distance géographique[477].

Dans le cas des fruits d'été, la prise en compte de la dimension géographique devient donc opératoire à travers la notion de délais. Elle évite le risque que notre notion de circuits de proximité ne revête un caractère lisse et générique. Elle lui confère, au contraire, la capacité de détailler, en fonction des échelles de commercialisation, les types d'organisation qui permettent la valorisation de la proximité (pour une plus-value économique au niveau de la production) et la réduction du délai (pour une différenciation de la qualité) entre la production et la consommation.

Cela nous conduit à définir les circuits de proximité observés pour les fruits. Ce sont des **circuits de commercialisation qui valorisent une proximité entre production et consommation, et qui permettent ainsi une meilleure rémunération du producteur**. L'échelle de ces circuits est essentiellement circonscrite par l'exigence d'un délai court entre la récolte et la mise à l'étalage, devant permettre une maturité-fraîcheur du fruit optimum. Le délai varie en fonction des espèces et de leur aptitude au stockage : de un à deux jours pour les fraises, à une à deux semaines pour les abricots. Et l'échelle géographique se décline en fonction de ces délais, des infrastructures et équipements de transport disponibles.

Selon cette définition, les circuits de proximité concernent tout autant des circuits sans ou à plusieurs intermédiaires, des circuits extrêmement localisés comme d'échelle suprarégionale. Tout dépend de la manière dont la proximité entre production et consommation est construite et valorisée. Elle peut se réduire à une proximité fonctionnelle entre le producteur qui vend à la ferme et les consommateurs-habitants locaux qui viennent s'y approvisionner. Elle peut aussi relever d'une proximité organisationnelle lorsque les intermédiaires locaux, tels les détaillants qui s'approvisionnent sur le marché de production, assurent le court délai de mise en étalage et la rémunération des producteurs pour des fruits trop mûrs ou trop petits pour être bien payés sur les circuits d'expédition. Dans le cas des produits transformés, la proximité entre la production et le lieu de transformation peut être valorisée de différentes manières : par l'obtention d'une qualité-maturité supérieure, d'une qualité spécifiquement adaptée aux besoins de la transformation ou encore par la mise en avant de l'identité territoriale véhiculée par la provenance sur les produits finaux.

Les définitions communément admises de « circuits courts » et « circuits longs » ne sont donc pas opératoires pour décrire les fonctionnements à l'œuvre dans l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. Pour exemple, la commercialisation directe entre un producteur-expéditeur et une grande surface, qui relève de la définition officielle des circuits courts (un intermédiaire), fonctionne souvent selon une logique de circuit d'expédition. C'est pourquoi la notion de « circuits de proximité » est construite en opposition à celle de « circuits d'expédition »[478]. L'opposition repose sur trois éléments principaux.

D'une part, dans les premiers il y a un lien de proximité entre la production et la consommation, alors que dans les seconds les fruits sont « expédiés » de leur lieu de production vers les distributeurs, sans maintien de ce lien (ne serait-ce qu'informationnel).

[477] Néanmoins, les deux dimensions sont tellement liées entre elles, que les définitions proposées par les producteurs ne retiennent parfois que l'une des deux, oubliant en revanche complètement la dimension économique de réduction du nombre d'intermédiaires. Ainsi ce producteur évoque uniquement le délai de mise en marché : « *Le circuit court, c'est le ramassage aujourd'hui et la vente le même jour.* », tandis que celui-ci se réfère à une échelle géographique circonscrite : « *Circuit court c'est la région Rhône-Alpes, point barre.* ». (Enquêtes, décembre 2007).

[478] Les circuits d'expédition sont ceux par lesquels commercialisent les principaux expéditeurs du bassin de production-expédition et ils sont dominés par les centrales d'achats des GMS (cf. chapitre 1).

Ensuite, dans les premiers, il y a valorisation économique de cette proximité, quelle qu'elle soit, alors que dans les seconds la différenciation ou la qualification éventuelles se construisent sur d'autres critères, généralement selon les normes du marché européen.

Enfin, dans les premiers, les producteurs disposent d'une marge de manœuvre dans la négociation du prix, qui apparaît presque toujours bien accepté et considéré comme rémunérateur. En revanche, dans les circuits d'expédition, les producteurs se trouvent dans un rapport de forces déséquilibré face à quelques gros acheteurs, les mettant en concurrence avec des fournisseurs de fruits de pays à moindre coût de production.

Une ressource : la proximité production-consommation

La principale ressource valorisée dans les circuits décrits est la proximité entre la production et la consommation. La production étant plurielle, la consommation et la demande en fruits étant multiple, et la proximité pouvant se décliner de diverses manières, voyons plus précisément comment et par qui cela est construit.

Des consommateurs demandeurs des qualités permises par les circuits de proximité

Plusieurs « bassins de consommateurs » sensibles à l'achat de fruits sur les circuits de proximité sont mis en évidence[479]. Leurs attentes et leurs pratiques sont différentes selon l'éloignement entre les consommateurs et l'espace de production.

Pour les habitants des espaces ruraux du cœur du bassin de production, on observe une culture de l'achat de fruits sur les circuits de proximité : vente directe à la ferme, sur les bords de route, sur les marchés forains. Cette pratique revêt une praticité évidente dans des espaces où le producteur ou le marché du village sont plus accessibles que la première grande surface. Les habitants-consommateurs savent pouvoir trouver sur ces circuits une offre non disponible dans la grande distribution : des fruits mûrs, une gamme importante, différentes qualités pour une même espèce (des fruits première et deuxième catégorie, des fruits plus ou moins avancés en maturité, des fruits « déclassés » pour les confitures, etc.), et à prix inférieur sinon égal à celui des grandes surfaces. En outre, la fidélité constatée entre l'habitant-consommateur et le vendeur (producteur ou revendeur de marché) est garante de la confiance de l'acheteur et souvent de convivialité.

Les consommateurs « de passage », touristes estivants ou de week-end, achètent sur les mêmes lieux que les habitants-consommateurs mais sont moins familiers de la diversité des fruits et de leurs qualités. Ils attendent une pédagogie de la part du vendeur : des explications quant au mode de production, une aide au choix parmi la variété proposée, des conseils quant au mode de conservation et de préparation des fruits.

Les consommateurs situés « en marge » du bassin de production, habitant des espaces entourant la Moyenne Vallée du Rhône comme la montagne ardéchoise et drômoise, ainsi que les agglomérations valentinoise et lyonnaise, sont à la fois suffisamment proches pour connaître l'arboriculture locale, mais également assez éloignés pour que l'accès concret à la production soit rendu difficile. Pour eux, l'idée d'acheter des fruits « de proximité » est associée à une attente clairement exprimée de qualité supérieure en termes de maturité et de fraîcheur. En revanche, l'accès à cette offre, ainsi que sa lisibilité, deviennent limitantes pour les consommateurs « en marge ». Que ce soit à Valence, en plein centre du bassin de production, ou à Lyon, ils expriment les mêmes contraintes : la recherche de praticité, de gain de temps pour faire les courses, la méconnaissance de la provenance des fruits. La pratique la

[479] Sources : connaissances des opérateurs de la filière recueillies dans les enquêtes de 2006 et 2007, enquêtes thématiques auprès de différents bassins de consommateurs en 2005, 2006 et 2007.

plus souvent adoptée pour accéder à des fruits de proximité, ou du moins pour penser y accéder, est l'achat sur le marché forain[480]. D'autres consommateurs recherchent des fruits de qualité (mûrs et frais) chez les primeurs urbains, plus facilement accessibles, mais dans ce cas, la provenance n'est pas connue.

Enfin, pour les consommateurs éloignés de la Moyenne Vallée du Rhône, l'offre de fruits sur les circuits de proximité concerne des marchés haut de gamme, garantissant à la fois une belle qualité commerciale (catégorie I ou extra) et une bonne qualité gustative (liée au choix des variétés, à la maturité et à la fraîcheur). Pour ces circuits, le choix de l'approvisionnement et l'organisation des livraisons dans un délai minimum sont primordiaux, assurés par des grossistes spécialisés et des détaillants. Ces professionnels communiquent auprès des consommateurs les provenances porteuses de valeurs positives, en particulier l'Ardèche, mais la Drôme est également citée sur les étals de Haute Loire, du Jura ou de Savoie[481]. Sur ces circuits et pour cette qualité, les consommateurs acceptent de payer les fruits plus chers que ceux des circuits d'expédition.

Ainsi, si au cœur du bassin de production l'achat direct « au producteur » est gage de toutes les garanties, l'indication de provenance (« Ardèche » ou « Drôme ») prend sens lorsque le consommateur en est plus éloigné. L'existence de ces différents bassins de consommateurs, sensibles à l'offre spécifique des circuits de proximité, constitue donc une ressource qui n'est activée que par l'intervention des professionnels de l'aval du bassin de production.

Connaissances et réseaux informels des professionnels locaux

La capacité de mettre en adéquation la diversité des qualités de fruits et les différentes attentes des consommateurs revêt à la fois une dimension de connaissance et de choix de la production et des consommateurs visés, et une dimension logistique d'acheminement des fruits de la production vers les consommateurs dans une contrainte de délai court. L'ensemble de ce processus doit permettre de maintenir le lien de proximité entre production et consommation, tout en en dégageant une valorisation optimum. Cela n'est possible que grâce à la compétence des divers opérateurs du bassin et aux réseaux de relations informelles qui existent entre eux.

Tous les types d'opérateurs existants entre la production et la consommation interviennent dans la valorisation de la proximité : les producteurs, les grossistes, les détaillants, les producteurs-revendeurs, les grossistes-détaillants, etc. Si la majorité des relations commerciales entre les uns et les autres sont directes (livraison du producteur directement à l'entrepôt du grossiste ou chez le détaillant), le marché de production n'en joue pas moins un rôle important. Outre les transactions marchandes, il est surtout le lieu de rencontre physique qui offre une liberté aux producteurs et aux acheteurs en leur conférant la capacité de ne pas s'enfermer dans une seule relation commerciale. Ainsi, la diversité des opérateurs présents en Moyenne Vallée du Rhône ainsi que l'existence d'un marché de production sont des facteurs importants pour expliquer le fonctionnement des circuits de proximité sur ce bassin, mais non suffisants.

Réaliser l'ajustement commercial entre les offres et les demandes nécessite en outre que les opérateurs aient une connaissance fine de la filière dans son ensemble, et de leur « créneau » en particulier. Il s'agit d'une part de connaître parfaitement les fruits, leurs conditions de production, les évènements influant sur leurs qualités, et bien sûr les producteurs chez qui il est possible de trouver la qualité recherchée. Il est nécessaire, d'autre part, de cerner un type de marché, des consommateurs aux attentes spécifiques, et d'être capable d'y répondre de

[480] L'amalgame entre le marché et l'achat direct au producteur est souvent fait, la plupart des personnes interrogées ne faisant guerre la différence entre producteur et revendeur.

[481] Observation du marché et des primeurs du Puy-en-Velay, 2008 et 2009 ; et déclaration de revendeurs enquêtés en 2007.

manière constante pour s'assurer leur confiance et leur fidélisation. Les descriptions que nous avons pu établir des pratiques et des connaissances de certains grossistes révèlent comment ils sélectionnent une offre correspondant à un marché donné[482]. De même, les producteurs pratiquant la vente directe élaborent une offre spécifique pour ce débouché[483]. Les connaissances de la production, du marché et la fidélisation des producteurs-fournisseurs tout comme des acheteurs est un enjeu important. Ce sont des connaissances complexes, qui s'acquièrent par l'expérience, dans le temps et se transmettent à l'intérieur de l'entreprise ou de la famille[484]. Elles ne sont pas écrites, ne font partie ni des enseignements de la formation agricole, ni du système d'encadrement du bassin de production.

Ces connaissances évoluent. En effet, l'ajustement constant réalisé entre les attentes des consommateurs et les qualités des fruits proposés sur les circuits de proximité contribue à la construction d'une offre spécifique de ceux-ci, différente de celle des circuits d'expédition. Ce processus est itératif, puisque d'une part il y a sélection initiale des qualités destinées aux circuits de proximité, et d'autre part, en retour, les producteurs adaptent leurs pratiques en fonction des attentes de leurs acheteurs. Il est donc le fait d'échanges fréquents et répétés entre les différents acteurs intervenants dans ces circuits : producteurs, intermédiaires et consommateurs. Ainsi, selon la diversité de ces opérateurs, la spécification portera davantage sur tels ou tels critères de différenciation.

Finalement, en analysant les caractéristiques des circuits commerciaux en fonction des différents bassins de consommateurs, il est possible de caractériser quatre types de circuits de proximité (Tableau 42). Chacun est décrit par une échelle géographique, un type d'opérateur et de consommateur, une qualité des fruits particulière. La proximité production-consommation est ainsi construite de manière informelle au sein des réseaux professionnels locaux, parallèles au bassin de production-expédition. La ressource valorisée est donc la proximité existante entre la production et des consommateurs demandeurs des qualités permises par cette proximité, construite par des professionnels locaux.

Cependant, pour les producteurs, la vente sur les circuits de proximité ne constitue pas une solution unique, applicable à toutes les exploitations. En termes de volumes, tous les fruits ne peuvent être vendus sur ces circuits. A l'échelle des exploitations, il y a également des inconvénients à ce mode de vente : le temps de travail nécessaire, le risque de ne pas vendre, l'implication dans un nouveau métier qu'est la vente, et surtout, la difficulté d'écouler en peu de temps les gros volumes de fruits qui arrivent à maturité en même temps et s'abîment très vite.

[482] Voir chapitre 6.

[483] Diversification de la gamme, récolte à maturité, explications, etc. Voir chapitre 5.

[484] On a montré comment les réseaux familiaux et professionnels s'imbriquent. Par exemple, les grossistes et les expéditeurs sont souvent fils et/ou frère d'autres grossistes ou d'arboriculteurs.

Tableau 42: Les quatre types de circuits de proximité de la Moyenne Vallée du Rhône

Circuits de proximité	Consommateurs	Localisation de la vente	Modalités de vente	Opérateurs impliqués	Différenciation de l'offre	Eléments communiqués au consommateur
E_0	« habitant-consommateur »	Dans le bassin de production.	A la ferme, Bord de route, Marchés.	Producteur-vendeur, (détaillant forain).	Maturité-fraîcheur, Gamme d'espèces et de qualités, Prix, Confiance, convivialité.	« du producteur »
E_0'	« de passage »	Dans le bassin de production.	Bord de route, A la ferme.	Producteur- vendeur, (détaillant forain).	Maturité-fraîcheur, Gamme d'espèces, Explications.	« du producteur »
E_1	« en marge »	Valence, Lyon, Grenoble, Saint-Etienne et marges rurales (arrière-pays drômois et ardéchois, Savoie, Auvergne, Bourgogne).	Marchés, Primeurs.	Producteur-vendeur, Détaillants forains et sédentaires. Transactions directes ou sur le marché de production.	Maturité-fraîcheur.	Provenance : « Ardèche » ou « Drôme »
E_2	« éloignés – fort pouvoir d'achat »	Côte-d'Azur, Genève, Savoie, Suisse…	Primeurs haut de gamme.	Grossistes, Primeurs haut de gamme. Transactions directes ou sur le marché de production.	Haute qualité commerciale (cat. Extra ou I), Maturité-fraîcheur.	Provenance : « Ardèche »

Une ressource entre tension et complémentarité avec les circuits d'expédition

Ces limites sont atténuées par la combinaison, à l'échelle de l'exploitation ainsi qu'à l'échelle du bassin de production, de divers types de débouchés. Plus précisément, circuits de proximité et circuits d'expédition sont complémentaires quant aux qualités et aux volumes de fruits qu'ils permettent de bien valoriser. Les circuits d'expédition écoulent la majorité des volumes produits dans le bassin (en milliers de tonnes), qui doivent atteindre une belle qualité commerciale (catégorie I ou extra) pour obtenir un prix de marché acceptable (plutôt bas mais raisonnable). Les circuits de proximité écoulent des volumes plus restreints (quelques dizaines à quelques milliers de tonnes), mais par leur diversité, ils sont capables d'offrir des prix acceptables pour les différents types de qualité. En particulier, ils permettent de valoriser les fruits qui ne seraient pas rémunérés sur les circuits d'expédition, comme les fruits déclassés, les fruits trop mûrs pour supporter le transport et le stockage, la catégorie II, les variétés démodées, etc.

Pour comprendre la nécessité et la logique de construction de cette complémentarité, il faut partir du volume de production globale d'une exploitation. Ce volume global contient obligatoirement des fruits de calibres, d'aspects et de maturités différents, donc de qualités commerciales diverses[485]. Partant de cette production globale, selon les stratégies commerciales préexistantes sur l'exploitation, les équipements de tri (calibreuse ou non, capacité de stockage), les volumes de production à écouler et la main d'œuvre disponible, les complémentarités entre circuits de commercialisation seront ajustées au cas par cas. Trois grands types de complémentarité se dégagent :

- L'expédition est dominante et la vente directe est complémentaire :
    - soit de fruits mûrs ou déclassés correspondant aux écarts de tri,
    - soit d'une offre de fruits élaborée spécialement pour la vente directe : recherche d'espèces et de variétés gustatives, récolte à maturité.
- Vente à des distributeurs et détaillants régionaux, qui s'accompagne d'une construction permettant de maintenir le lien entre production et consommateurs à travers le distributeur :
    - offre d'une qualité différente, formalisée par le label AB ou des démarches qui médiatisent cette différenciation jusqu'aux consommateurs (conditionnements haut de gamme, mention « mûr à point », nom et coordonnées du producteur) ;
    - offre de services assurant la maturité-fraîcheur des produits : livraisons régulières, possibilité de dépannage, mise en rayon…

  Les livraisons à des détaillants régionaux ne concernent pas toujours la totalité des volumes. Le reste est parfois vendu en vente directe, ce qui permet notamment d'écouler les fruits moins jolis, qui ne correspondent pas à la démarche de différenciation engagée pour les distributeurs. Dans d'autres cas, le reste est vendu pour l'expédition, sur les circuits standards peu rémunérateurs. Tout dépend des volumes restant à écouler et du temps dont dispose le producteur pour assurer cette vente.
- La vente directe est dominante et l'expédition est complémentaire. La production de l'exploitation est orientée pour la vente directe, avec recherche de variétés gustatives, de récolte à maturité, de gamme. Le surplus ou quelques espèces plus rémunératrices

[485] Les techniques de production visent à atténuer ces éléments de variabilité (éclaircissage pour le calibre, multiplication des passages de récolte pour la maturité, etc.). Or, dans un contexte de prix bas, toute la difficulté pour les producteurs réside dans le maintien d'un équilibre technico-économique entre les coûts de main d'œuvre liés à ces travaux et la valorisation envisageable pour la production.

sur les circuits d'expédition, comme l'abricot, sont vendus sur des marchés demandant peu d'investissement commercial de la part du producteur :

- soit auprès de grossistes spécialistes des fruits mûrs,
- soit sur le marché de production, dont les acheteurs sont essentiellement des détaillants qui cherchent des lots de taille moyenne (quelques centaines de kilo), diversifiés, mûrs et frais.

Néanmoins, dans le modèle productif de production-expédition, les circuits de proximité et d'expédition sont considérés comme concurrents[486]. Cette conception s'enracine dans l'histoire du fonctionnement du bassin, dans laquelle les tenants de la coopération et les producteurs « indépendants » ont toujours été opposés. L'obligation d'apport total, qui est la règle dans la coopération, s'explique par la nécessité d'éviter le comportement opportuniste et déloyal de certains producteurs tentés de n'apporter à la coopérative que les fruits qu'ils n'arrivent pas à bien valoriser par ailleurs. Ainsi aujourd'hui, reconnaître la complémentarité des différents circuits de commercialisation parce qu'ils permettent de valoriser au mieux la diversité des fruits n'est pas chose aisée. Cela touche à la définition même du modèle productif en remettant en question le fonctionnement des coopératives et leur capacité à assurer la viabilité économique des exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône.

Ainsi, la proximité production-consommation ne peut exister comme ressource sans le contexte du bassin de production-expédition qui lui confère à la fois sa spécificité (par opposition) et sa viabilité (par complémentarité). Elle n'est pas non plus complètement dépendante de celui-ci puisqu'elle se développe en marge du modèle productif dominant (contrairement aux initiatives d'identification territoriale), parfois même dans les limites de la légalité (cas des coopérateurs qui vendent en dehors de la coopérative). En retour, elle lui permet également de se maintenir viable. En effet, à quoi serait réduite aujourd'hui l'arboriculture dans la Moyenne Vallée du Rhône si les producteurs n'avaient pu dégager un revenu complémentaire par les circuits de proximité ? La proximité production-consommation est donc une ressource qui s'articule au bassin de production-expédition, entre tension et complémentarité. Les circuits de proximité s'insèrent officieusement dans les interstices du modèle productif dominant, les uns nourrissant l'autre et réciproquement.

La valorisation de la proximité production-consommation nécessite donc des ressources organisationnelles et cognitives, portées par les réseaux professionnels informels locaux, et articulées aux différents circuits de commercialisation du bassin. Cette ressource est donc territoriale, puisqu'elle est fondée sur les interconnaissances entre professionnels et les savoirs partagés au sein de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. L'enjeu est de la maintenir et la renouveler.

Une ressource fragile… Des limites à dépasser par l'organisation collective ?

Les circuits de proximité sont essentiellement des pratiques individuelles de producteurs ou des réseaux informels entre des producteurs et des intermédiaires du bassin. Ce caractère informel leur confère trois niveaux de fragilité.

Le premier relève de la difficulté à transmettre et pérenniser les connaissances et les réseaux des professionnels. En effet, ceux-ci sur lesquels sont fondées les stratégies commerciales des entreprises ne sont guère divulgués, sauf lors des successions. Leur transmission dépend donc

[486] D'après les entretiens menés auprès des directeurs et présidents de coopératives en 2006 et 2008, les circuits de proximité favorisent l'atomisation de l'offre et diminuent les volumes traités par les coopératives, ce qui augmente d'autant leurs charges de structure.

du renouvellement de ces professionnels. Or, celui des petits opérateurs intermédiaires n'est pas toujours assuré, et il est de moins en moins familial. Les professionnels soulignent cette évolution des connaissances et des réseaux en distinguant les « *gens de métier*[487] » qui sont des spécialistes du fruit, des « *acheteurs* » génériques des centrales d'achats, qui abordent les fruits comme n'importe quel autre produit.

Le second niveau de fragilité concerne le manque de lien tangible entre producteurs et consommateurs. Cela se traduit d'abord par le manque de gages de confiance et de lisibilité pour les consommateurs quant à la provenance et la qualité des fruits proposés sur les circuits de proximité, surtout lorsqu'un intermédiaire intervient. Nombreux sont les consommateurs qui ne savent pas où trouver des « bons » fruits locaux, ou au contraire, qui supposent que les détaillants en proposent automatiquement puisqu'ils sont situés au cœur du bassin de production. Ce manque de lien tangible se traduit également par un besoin de praticité et d'accessibilité à l'offre de fruits locaux. Ce besoin, exprimé par tous les consommateurs, constitue un potentiel de développement pour des modes de commercialisation capables d'y répondre. Enfin, la multiplication des ventes individuelles sur les circuits de proximité entraîne l'augmentation d'une concurrence interne, s'exerçant entre producteurs.

Le dernier niveau de fragilité concerne les tensions existantes entre les circuits de proximité et le modèle de production-expédition. La tolérance officieuse accordée par les coopératives aux pratiques individuelles de certains adhérents ainsi que la faible reconnaissance de ces circuits et de leurs opérateurs par les institutions d'encadrement du bassin limitent leur développement. Ce climat d'informalité favorise les pratiques non déclarées de quelques professionnels, et contribue à maintenir dans le flou et le tâtonnement la majorité d'entre eux, qui ne savent comment mieux structurer leur activité.

La constitution de projets collectifs pourrait permettre d'améliorer les possibilités de transmission des connaissances ainsi que la lisibilité et l'organisation logistique des circuits de proximité. Accompagner une « organisation collective » est en effet souhaité par les responsables professionnels et les animateurs des OPA rencontrés durant ce travail. Ce besoin de collectif est évoqué à différentes échelles, pour différents projets[488]. Or, en termes de ventes de proximité, nous n'avons pas rencontré de réel projet collectif. Les quelques cas de points de vente collectif ou l'existence d'une plate-forme de vente par Internet[489] auxquels adhèrent trois producteurs de fruits sont des exemples qui révèlent surtout la difficulté à mobiliser les arboriculteurs dans ces formes collectives[490]. Pourquoi ? Trois éléments d'explication peuvent être avancés.

La réticence des arboriculteurs envers le collectif constitue le premier. La facilité de vendre des fruits frais, qui ne demandent pas d'investissement important si ce n'est une petite chambre froide pour les stocker, n'encourage pas les producteurs à supporter les contraintes inhérentes à tout projet collectif. En outre, la saisonnalité de la production et du travail se traduit, pour les producteurs, par un sentiment de saturation en été, et un désir de tranquillité en hiver, ce qui n'est guère compatible avec le fonctionnement d'une organisation collective.

[487] Vocabulaire couramment employé par les expéditeurs, les grossistes et les producteurs rencontrés pour évoquer les professionnels spécialistes du fruit, partageant les mêmes connaissances qu'eux (enquêtes personnelles, 2006-2008).

[488] Les arboriculteurs élus à la Chambre d'agriculture espéraient relancer une dynamique collective à l'échelle du bassin de production à travers l'association Fruit Plus, en s'appuyant sur des thématiques techniques. D'autres leaders locaux, comme ceux investis dans les « Arbos de Moras », envisagent leur projet à travers un collectif à l'échelle de leur vallée.

[489] Site : producteursducoin.com

[490] L'animateur d'Alliance Rhône-Alpes affirmait, lors d'une conférence donnée à Lyon en juin 2008 que les AMAP de Lyon manquaient de fruits. De même, la présidente du point de vente collectif du Creux de la Thine (près de Saint-Rambert-d'Albon), rencontrée en juillet 2006, nous affirmait ne pas trouver de producteur de fruits intéressé pour adhérer à leur association.

Enfin, la vente sur les circuits de proximité participe d'un processus de reprise d'autonomie de la part des producteurs vis-à-vis de l'organisation du bassin de production-expédition. Aussi, fonctionner individuellement (échelle de l'exploitation) correspond pour eux à une liberté qu'ils ne souhaitent pas contraindre en s'engageant dans d'autres organisations collectives.

Le second élément d'explication est lié à la difficulté de trouver une institution capable d'accompagner des projets collectifs. Les OPA pâtissent d'un manque de confiance de la part des arboriculteurs, lié à un historique d'importants conflits syndicaux et au constat de la crise actuelle qu'elles ne parviennent à enrayer[491]. Une nouvelle génération de leaders professionnels est en place aujourd'hui, consciente de cette situation et de l'héritage qui l'explique. Ils essayent d'encourager de nouveaux projets à l'échelle du bassin, mais pour l'heure, il demeure difficile de fédérer les arboriculteurs. De plus, l'éthique syndicale visant à concevoir des projets pour le plus grand nombre, donc pour l'ensemble du bassin de production, ne correspond pas toujours aux conditions favorables à l'action collective. Celle-ci s'appuie souvent, dans un premier temps, sur des petits collectifs formés par affinités, dans une échelle locale. Si les collectivités territoriales montrent, elles aussi, la volonté d'assurer l'accompagnement de projets collectifs de circuits de proximité, une médiation (en termes de connaissances réciproques et d'ingénierie territoriale) entre ces acteurs et ceux du monde agricole demeure nécessaire pour parvenir à la construction de projets partenariaux[492].

Enfin, la question de l'échelle pertinente constitue la dernière difficulté à l'émergence de projets collectifs. Les OPA du bassin recherchent préférentiellement un projet capable de l'englober dans son ensemble. Or, les producteurs ne se mobilisent pas pour des projets à l'échelle trop large de la Moyenne Vallée du Rhône, alors que celle-ci est déjà trop restreinte pour les expéditeurs qui ont élargi leur aire d'approvisionnement. Les échelles des collectivités territoriales ne correspondent pas toujours à des espaces productifs cohérents, si ce n'est pour la poire dans la vallée de la Valloire. L'échelle locale, en revanche, apparaît fédératrice pour les producteurs et opératoire pour le développement d'un premier niveau de circuits de proximité (marchés, vente à la ferme, magasin de producteurs). Ceux-ci conduisent davantage à des partenariats entre producteurs de différents produits (fruits, légumes, fromages, etc.) qu'à des collectifs exclusivement d'arboriculteurs qui risqueraient d'être concurrents les uns des autres. Si ces réseaux locaux constituent une amorce de territorialisation des exploitations fruitières, celle-ci disparaît dans les circuits de proximité d'échelles supérieures, qui demeurent construits sur des réseaux sectoriels.

Ainsi, les circuits de proximité sont avant tout des stratégies individuelles, portées par des producteurs, des grossistes ou des détaillants à la recherche de débouchés valorisant des qualités mal rémunérées par le bassin de production-expédition. L'échelle de l'exploitation constitue le niveau d'adaptation, de liberté, des producteurs qui sont réticents à s'engager dans de nouvelles contraintes organisationnelles. Il n'y a donc pas de construction territoriale au sens d'un projet partagé. Les conditions d'une articulation entre le fonctionnement individuel des ventes sur les circuits de proximité et une organisation rendant ces circuits plus lisibles pour les consommateurs ne sont pas réunies.

[491] Le cas de la sharka et de la mise en accusation de l'INRA, justifiant le refus de certains producteurs de travailler de nouveau avec cet organisme, en est un exemple.

[492] En outre, le risque d'échec et de conflit lié à tout projet n'est pas toujours conciliable avec l'enjeu de renouvellement électoral inhérent au statut politique de ces institutions.

Application empirique : accompagner la diversité

Du point de vue des agents de développement, des politiques et autres accompagnateurs de la filière fruits de la Moyenne Vallée du Rhône, quelles implications pratiques tirer de ces résultats ? Ils ouvrent deux principales pistes de réflexion pour accompagner les changements à l'œuvre, pistes dans lesquelles les acteurs régionaux sont aujourd'hui plus ou moins engagés.

La première concerne la remise en question du modèle productif dominant de production-expédition. Cela suppose la reconnaissance, de la part des acteurs structurants du bassin, de la diversité existante des stratégies des exploitations. Au niveau des organismes d'encadrement que sont les OPA, qui ont longtemps prôné et défendu le modèle unique de production-expédition, les discours[493] et les actions[494] témoignent depuis peu de la reconnaissance des circuits de proximité comme voie de développement. En 2007, la mise en place au Comité Stratégique Fruits Rhône-Alpes d'une co-présidence entre un arboriculteur drômois représentant le modèle de production-expédition et un arboriculteur du Rhône représentant les circuits courts des Monts du Lyonnais symbolise cette inflexion au sein de la gouvernance de la filière régionale. Les circuits de proximité ne sont plus ni ignorés, ni dénigrés. Ils représentent désormais une voie sérieuse de développement. En ce qui concerne les coopératives, opérateurs structurant le bassin et fer de lance du modèle de production-expédition, la situation est plus mitigée. En 2008, nous avons choisi de rencontrer les directeurs de deux coopératives[495] parmi les plus dynamiques afin de leur présenter ces résultats et les questionner quant à leur positionnement. Les deux ont clairement exprimé une même conception de leur fonctionnement : une stratégie uniquement dédiée à l'expédition et l'avenir fondé sur l'élargissement du bassin d'approvisionnement pour compenser l'augmentation des charges de structure. Questionnés sur l'idée d'envisager d'approvisionner les marchés de proximité ou la restauration collective, les deux nous ont également démontré l'inadéquation de leurs équipements logistiques (dimensionnés pour des grands volumes) et de la saisonnalité de la production fruitière par rapport à la demande de ces circuits[496]. Enfin, concernant les pratiques de certains de leurs adhérents qui vendent une partie de leurs fruits hors de la coopérative, les réponses des deux directeurs montrent leur difficulté à concevoir d'autres solutions possibles que le fonctionnement actuel. Ainsi, si le premier a nié notre constat, le second a accepté la discussion, faisant part de son désarroi devant cette situation qui lui faisait perdre des volumes. Toutefois, début 2009, le plus gros opérateur du bassin, Fruit Union SA, s'est associé avec la coopérative des Monts du Lyonnais (SICOLY) pour créer Rhône Fruit SA, une société dédiée à la commercialisation sur les circuits de détail régionaux[497]. Rhône-Fruits SA a ouvert un carreau sur le marché de gros de Corbas (Rhône) le premier mai 2009. C'est le premier exemple explicite et revendiqué de commercialisation sur les circuits de proximité de la part d'une coopérative de la Moyenne Vallée du Rhône. La

[493] La campagne électorale menée par la FDSEA de la Drôme pour les élections à la Chambre d'agriculture de janvier 2007 marque un changement net. Pour la première fois le soutien aux circuits courts et à la diversification faisait partie de son programme.

[494] Des postes dédiés à la diversification ont été créés à la Chambre d'agriculture de la Drôme. A l'échelle régionale, la Chambre régionale d'agriculture a développé ses postes et ses missions sur cette thématique, créant un climat favorable. Enfin, en mars 2010, le bureau de l'association Fruit Plus a initié un projet visant à créer des circuits courts de commercialisation collectifs pour ses producteurs adhérents. L'objectif est de mutualiser leurs moyens (livraisons, communication communes) pour aller vendre les fruits d'été à l'extérieur du bassin de production, dans les agglomérations lyonnaises, grenobloises, etc.

[495] Pour des raisons de confidentialité nous ne les nommerons pas.

[496] Notamment pour la restauration collective scolaire qui ferme pendant l'été.

[497] L'association entre les deux sociétés vise à cumuler la gamme des fruits régionaux et les équipements logistiques permettant de les conditionner en barquettes. Source : enquête personnelle avec le directeur, juin 2009.

qualité proposée n'est en revanche pas différenciée de celle des circuits d'expédition, si ce n'est par le conditionnement. Elle demeure définie par les normes commerciales, sans mise en avant d'une maturité particulière[498]. Des résultats de cette première initiative dépendra certainement le développement d'autres stratégies portées par les opérateurs de l'expédition.

La seconde piste de réflexion concerne l'intégration des acteurs territoriaux dans l'accompagnement de l'arboriculture : les collectivités territoriales et les consommateurs. Cela relève de l'ouverture du système d'encadrement de la filière et remet en question sa gouvernance. Actuellement, ces différents types d'acteurs, porteurs de représentations et d'attentes diverses vis-à-vis de l'arboriculture, se connaissent mal. La médiation entre ces deux mondes pourrait atténuer l'écueil des rivalités et la stérilité des incompréhensions. Il s'agirait, de la part des pouvoirs en place (notamment les OPA), de reconnaître non seulement la compétence et la légitimité des collectivités territoriales à intervenir, mais surtout l'opportunité de travailler avec ces acteurs porteurs de soutiens potentiels (financiers, politiques, fonciers, commerciaux[499]). La formation des responsables professionnels à l'ingénierie territoriale leur permettrait une meilleure implication dans les projets des territoires. En retour, la formation, ou du moins une meilleure connaissance du monde agricole de la part des acteurs territoriaux leur permettrait de mieux saisir ses enjeux, et ainsi de mieux l'accompagner.

Ces propositions supposent finalement d'appréhender l'arboriculture dans un modèle productif renouvelé. Au contraire du modèle de production-expédition, celui-ci associe la diversité de la production à la complémentarité des circuits de commercialisation multiscalaires ainsi que le rôle des acteurs territoriaux dans le système d'encadrement. Ainsi, accompagner un projet à l'échelle d'une exploitation passerait par l'évaluation de la meilleure stratégie de commercialisation à adopter, en questionnant quelle combinaison de circuits serait la plus adaptée à ses caractéristiques structurelles, à sa localisation, aux attentes du producteur et de sa famille. La même réflexion peut être menée à l'échelle du bassin de production, en envisageant les complémentarités entre les circuits plutôt que de les opposer entre eux. En termes d'accompagnement, il s'agirait d'envisager les échelles d'intervention pertinentes en fonction des différents circuits (et l'articulation entre plusieurs échelles dans le cas de plusieurs circuits) ainsi que les acteurs « accompagnateurs » les plus ajustés, dans une collaboration entre acteurs de la filière et du territoire. Cela suppose de penser la diversité pour pouvoir l'accompagner.

Analyser les nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture

Au-delà des questions propres à l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, l'approche menée dans cette recherche contribue aux travaux de la géographie et de l'économie agricoles concernant la qualité et la territorialisation de l'agriculture. Elle propose un cadre d'analyse opératoire pour comprendre les conditions d'émergence de nouvelles formes de valorisation territoriale dans l'agriculture.

Le cadre théorique utilisé, à savoir l'analyse des interrelations entre le bassin de production et l'émergence de ressources territoriales à différents pas de temps et à plusieurs échelles, présente un double intérêt. D'abord, l'association des notions de bassin de production et de ressources territoriales permet d'analyser les interdépendances existantes entre les deux

[498] Une initiative intéressante à approfondir à l'avenir, notamment quant à la satisfaction des détaillants et des consommateurs et la capacité de ce circuit à dégager une valeur ajoutée intéressante pour la production régionale.

[499] A travers la demande d'approvisionnement local pour la restauration collective qui est en émergence forte aujourd'hui les collectivités territoriales peuvent offrir un débouché important pour la production locale.

modèles agricoles, celui de la productivité et celui de la qualité territorialisée[500], lors de l'émergence d'initiatives de valorisation territoriale au sein d'une filière agricole sectorielle. Il révèle les mécanismes à l'œuvre dans le système existant, ainsi que les interdépendances et les ruptures provoquées par les dynamiques émergentes. Il explique ainsi comment une logique sectorielle peut inhiber des initiatives territoriales ou encore comment les deux s'encastrent et se complètent dans le cas des circuits de proximité. Ensuite, en s'appuyant sur la notion de ressource territoriale issue des liens entre l'agriculture et ses territoires, ce cadre théorique permet d'élargir l'analyse au-delà du cas des produits de terroir. Il ouvre le débat pour les productions non mono-produit, non spécifiques et sans territoire identitaire, ce qui concerne la majorité de la production française. En interrogeant les interactions entre la qualité, les produits, les circuits de commercialisation et les territoires au sein d'un bassin de production existant, il intègre également l'aval de la filière, ce qui est peu fait dans le cas des produits de terroir[501].

L'utilisation de ce cadre théorique dans le cas de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône nous permet de préciser la définition de ce que nous appelons une valorisation territoriale, et de décrire le processus de sa construction.

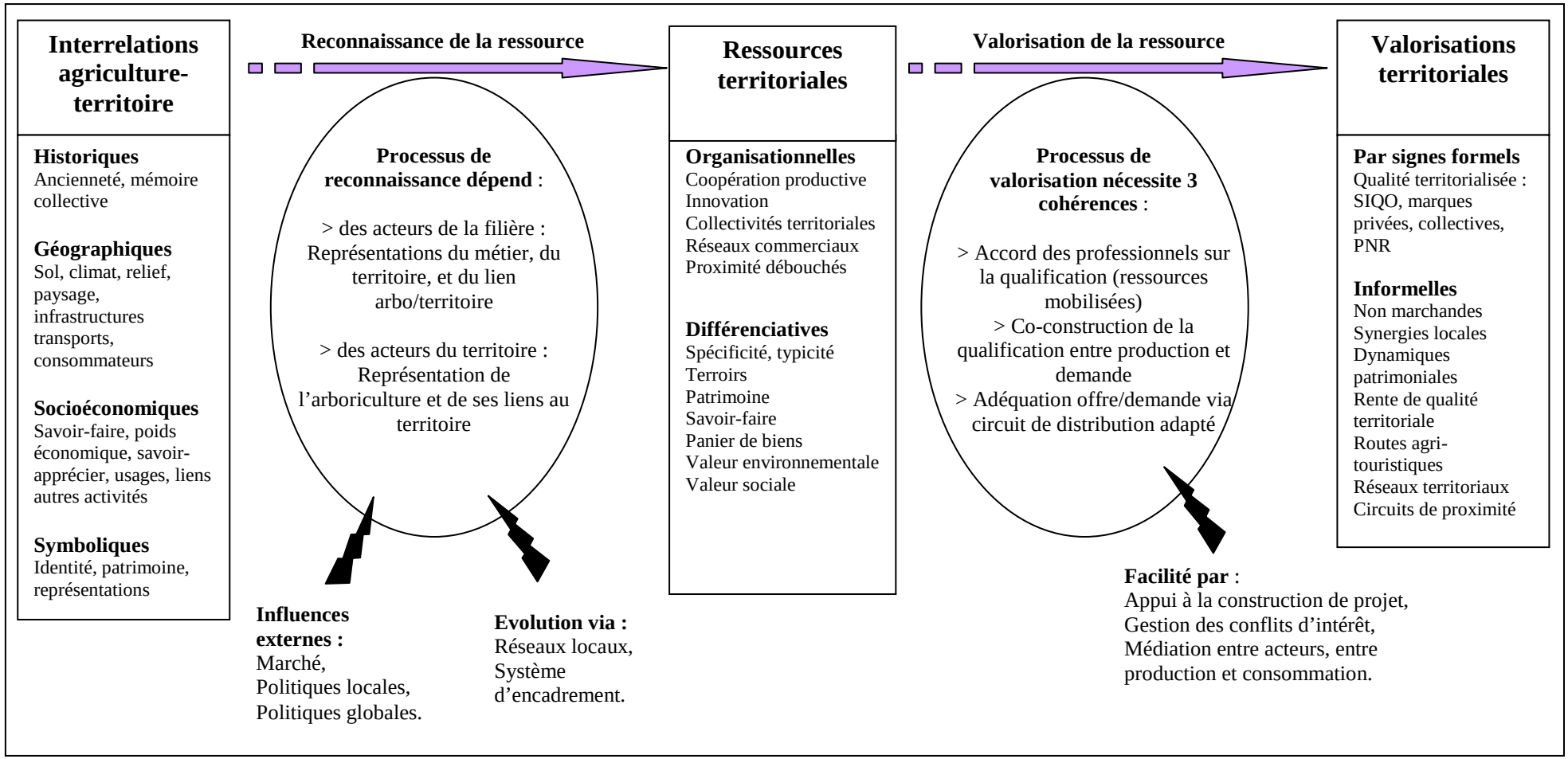
Différentes formes de valorisation territoriale

La valorisation territoriale d'une production agricole renvoie à l'idée d'une rémunération du lien entre l'activité agricole et son territoire, mobilisé sous forme de ressource, quelles que soient les natures du lien agriculture-territoire et de la forme de rémunération. La rémunération peut provenir de l'acheteur, soit par un prix rémunérateur supérieur à celui des produits standards, soit par l'orientation préférentielle d'achat. L'acheteur peut être le consommateur final ou un intermédiaire de la filière. La valorisation peut aussi provenir des utilisateurs ou bénéficiaires des biens et/ou externalités produits par l'activité agricole, par exemple lorsque des touristes achètent un produit qu'ils associent aux paysages de leurs vacances ou lorsqu'une collectivité rémunère des pratiques respectueuses de l'environnement. La notion de « valorisation territoriale » se distingue ainsi de celle de rente de qualité territoriale (Mollard, 2001) par sa portée plus générale. Elle prend en compte toute forme de qualification différenciée d'une production, fondée sur les ressources du territoire, par rapport au produit standard, de quelque façon dont est concrétisée et justifiée cette qualification. Ainsi, il n'y a pas une seule forme de valorisation territoriale possible, elles sont multiples.

[500] Si certains, comme Bernard Pecqueur (2005) ou Jean Pilleboue (2000), soulignent le fait que cette conception duale n'est qu'une proposition méthodologique pour décrire deux logiques qui co-existent en vérité, aucun ne les analyse ensemble. Julien Frayssignes propose la notion de « pôle AOC » pour définir des bassins laitiers pouvant comporter plusieurs AOC et des filières sectorielles (2005). En cela, il entérine et décrit la coexistence des deux logiques au sein des exploitations et des laiteries, mais il n'en analyse pas pour autant les interactions. Il demeure centré sur l'étude des fromages AOC.

[501] La construction de la qualité territorialisée est principalement décrite au stade de la production et de la transformation, à travers les notions de terroir et de savoir-faire.

Figure 50: Cadre d'analyse du processus de construction d'une forme de valorisation territoriale



Réalisation Cécile Praly, 2009.

La manière dont les liens entre agriculture et territoire peuvent constituer des ressources pour la construction de nouvelles formes de valorisation territoriale est schématisée dans la figure suivante (Figure 50). Les interactions agriculture-territoire sont lues à travers leurs composantes physiques, sociales, économiques, politiques et symboliques[502]. Elles peuvent être reconnues ou mobilisées par les acteurs locaux comme des ressources territoriales, de nature organisationnelle ou différenciative. Ensuite, en fonction des différentes combinaisons possibles entre les ressources organisationnelles et différenciatives présentes et reconnues sur un espace, et des logiques d'acteurs dominant le processus de construction de la valorisation, divers types de valorisation territoriale peuvent être mis en œuvre.

La valorisation territoriale, selon les ressources présentes et mobilisées, peut se concrétiser soit en s'appuyant sur des signes distinctifs portés par le produit, soit sur une construction plus complexe, moins formelle, ne s'appuyant pas sur un marquage clair du produit. Dans le premier cas de figure, il y aura utilisation de signes formels, connus des consommateurs ou des acheteurs (SIQO, marques privées, etc.), les informant de la particularité du lien entre le produit, ou ses pratiques de production, et son territoire : son origine, son terroir particulier, la typicité du produit, des pratiques de production respectueuses de l'environnement. La deuxième forme de valorisation territoriale ne mobilise pas de marquage formel, souvent parce que les critères d'accessibilité des SIQO et autres ne sont pas adaptés à la production concernée. Cette forme de valorisation consiste généralement, soit à vendre avec le produit une valeur symbolique, ou qualité cognitive, dont l'appréhension par les acheteurs sera le résultat d'une construction complexe faite par les acteurs locaux (mise en œuvre d'une dynamique patrimoniale autour d'une production par exemple), soit à justifier une rémunération ou un soutien particulier de l'activité agricole pour les fonctions territoriales qu'elle remplit (fonctions environnementales ou sociales par exemple).

Pour l'arboriculture fruitière, on a montré la difficulté de valoriser une qualité territorialisée par un signe formel. Non seulement les exigences des AOC/IGP sont peu adaptées aux fruits frais, mais en outre leur valorisation par les circuits d'expédition n'est pas facile à construire. La qualité environnementale n'est quasiment pas valorisée au niveau territorial, alors que les pratiques arboricoles sont de plus en plus respectueuses de l'environnement et régies par des cahiers des charges exigeants. Seule quelques IAA locales rémunèrent la qualité environnementale, soit à travers le label AB, soit par l'étiquetage du bilan carbone, ce qui les incite à rechercher un approvisionnement local. La valorisation patrimoniale de l'activité arboricole se développe doucement, créant des synergies positives avec les autres produits locaux et le tourisme, ce qui est favorable au développement du territoire. Enfin, la valeur sociale n'est quasiment jamais abordée, ni valorisée, alors que l'arboriculture est une activité fortement pourvoyeuse d'emplois. Ainsi, parmi les formes de valorisation territoriales souvent décrites dans la littérature, on peut conclure que celles utilisant un signe formel sont difficiles à mettre en œuvre, alors que les valeurs patrimoniales, environnementales et sociales offrent un potentiel encore peu valorisé. La valorisation de la proximité entre production et consommation par les circuits de proximité apparaît être la forme la mieux adaptée aux spécificités des fruits frais, au contexte socio-culturel local, et au fonctionnement hérité du bassin de production. De nouvelles formes de valorisation territoriale sont ainsi identifiées, certaines étant bien établies, d'autres demeurant à développer.

Certaines formes de valorisation territoriale relèvent de démarches individuelles, comme des pratiques de valorisation patrimoniale, de ventes de proximité, qui peuvent être construites à l'échelle d'une exploitation. Ces initiatives peuvent demeurer des stratégies individuelles, ou évoluer vers plusieurs configurations collectives plus ou moins contraignantes. Cela peut passer par la mise en réseau, comme dans une route agri-touristique ou dans une association

[502] Inspirées de la notion de territoire proposée par Guy Di Méo.

de promotion, par la participation occasionnelle à des opérations collectives, comme une fête, des marchés de producteurs, ou encore par la construction d'une réelle stratégie collective, comme la création d'un point de vente collectif. Ces évolutions dépendent des contraintes organisationnelles des acteurs (charge de travail, etc.), des conditions du marché (pression concurrentielle, besoin de valoriser davantage), du contexte local (existence ou non d'autres initiatives, d'autres acteurs intéressés).

Dans la Moyenne Vallée du Rhône, la multiplication des initiatives individuelles montre que cela entraîne des inconvénients qui peuvent menacer la valeur ajoutée ainsi créée : concurrence entre les différentes initiatives, confusion créée pour le consommateur. De plus, les travaux portant sur des formes de valorisation territoriale soulignent les avantages liés à une structuration collective de la démarche. L'exemple des AOC fromagères montre que lorsque la gouvernance est dominée par un acteur privé (fromagerie industrielle), la valorisation échappe en partie aux producteurs et l'ancrage territorial peut être remis en question (Delfosse et Letablier, 1995). Les travaux portant sur le modèle du panier de biens (Pecqueur, 2001) et sur les routes touristiques (Vandecandelaere, 2002) illustrent comment la dimension collective des projets facilite l'accès aux biens publics (routes, lieux publics), ainsi qu'au soutien des collectivités territoriales (les aides financières étant généralement versées à des organisations collectives). Ainsi, une structuration collective des formes de valorisation territoriale permet de dépasser la phase d'émergence, qui correspond à une prise de risque, à des tâtonnements, souvent portés par un ou quelques individus qui peuvent être organisés en réseau informel. La dimension collective favorise la stabilisation d'une valorisation territoriale, c'est-à-dire d'une organisation qui intègre durablement une valeur-ajoutée à la production à partir de ressources territoriales.

Les conditions de la construction d'une valorisation territoriale

L'analyse des formes de valorisation dans la Moyenne Vallée du Rhône montre que l'organisation collective, de quelque forme qu'elle soit, doit permettre de mettre en cohérence trois éléments constitutifs de la valorisation (Figure 51) : un accord sur la qualification entre les acteurs impliqués dans la production ; un accord sur la qualification avec les consommateurs ou acheteurs du produit ; une stratégie commerciale permettant la mise en cohérence (pratique et idéelle) entre la production et la consommation. Des outils théoriques, mobilisés parmi les sciences sociales, permettent d'appréhender chacun de ces éléments.

L'accord sur la qualification à donner à la production doit être établi entre les acteurs impliqués dans la production. Cela relève de la nécessaire entente sur la nature et la définition des ressources à valoriser (qui est liée à l'étape de reconnaissance des ressources) et de la qualité ou de la valeur qu'elles confèrent à la production ou au produit. L'économie des Conventions (Boltanski et Thevenot, 1991) permet de comprendre les mondes de valeurs ou référentiels sociocognitifs auxquels font référence les acteurs impliqués dans la négociation. Cela a été mobilisé par Claire Delfosse et Marie-Thérèse Letablier (1995) pour caractériser l'accord collectif dans la construction d'une AOC fromagère. Dans le cas de projets en construction, la sociologie de l'innovation (Callon, 1986) offre une lecture efficace du processus de définition collective de la qualification. L'analyse menée dans le cas des initiatives d'identification territoriale de cette thèse l'illustre.

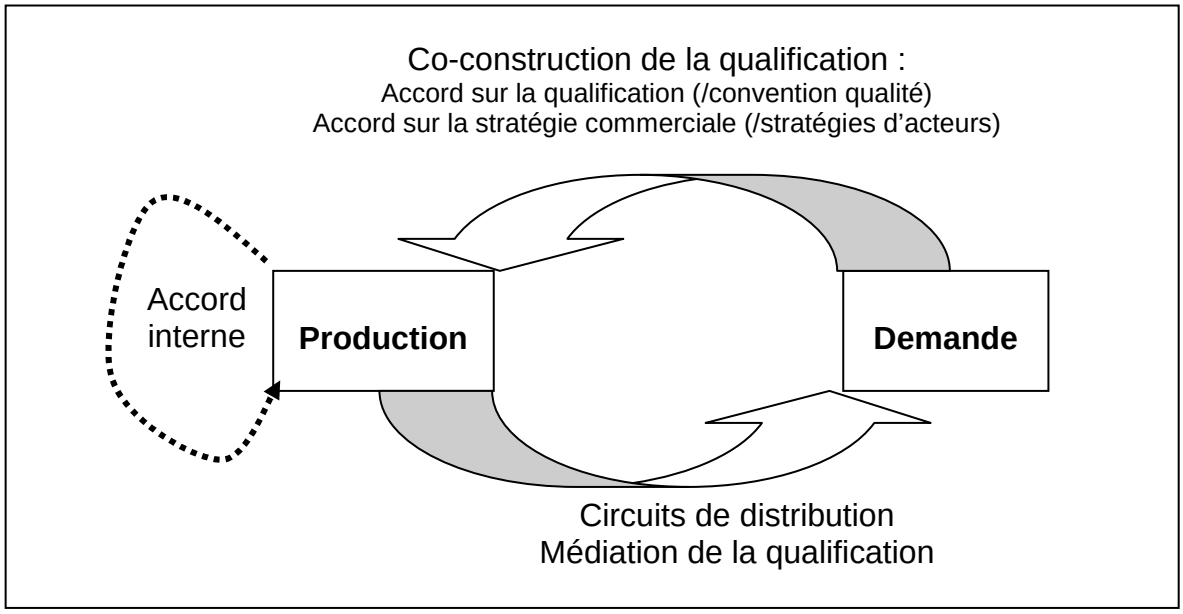
La qualification ainsi définie est valorisée si elle rencontre une demande adaptée. Ainsi, il s'agit d'envisager la coordination entre les acteurs de la production et les acteurs de la demande du système de valorisation. Les travaux de la sociologie marchande ont montré qu'un processus de qualification est d'autant plus efficace commercialement s'il intègre les consommateurs (Dubuisson-Quellier, 2001), parfois par l'intermédiaire des opérateurs de la distribution, comme les bouchers pour des filières viande (Stassart, 2005), dans une co-

construction de la qualité. C'est ce qui est observé dans le cas des circuits de proximité, dans lesquels il y a élaboration d'une offre spécifique à la fois de la production et de la demande locale. Ainsi, les acteurs de l'amont (production, transformation, première mise en marché) doivent être capables de connaître leur marché, de dialoguer avec les acteurs de l'aval (distributeurs, consommateurs) et d'intégrer leurs attentes dans leur projet de valorisation.

Enfin, cette offre co-construite entre les acteurs de la production (ou plus généralement de l'amont) et de la consommation (ou de l'aval) n'aboutit à une valorisation que si elle est accompagnée d'une stratégie ou d'outils commerciaux adaptés. Plus généralement, nous parlerons d'un dispositif organisationnel permettant une mise en adéquation entre l'offre possible et la demande visée via un circuit de distribution et une stratégie commerciale adéquats. Il s'agit d'une part d'une organisation logistique permettant d'acheminer les produits (avec des volumes adaptés au marché), et de supports de médiation véhiculant les valeurs associées à la qualification (logos, marques, labels, SIQO, etc.). D'autre part, une stratégie commerciale cohérente apparaît indispensable pour assurer une rentabilité dans le contexte très concurrentiel des produits alimentaires. Or, celle-ci s'appuie sur différents opérateurs économiques (exploitations, coopératives, expéditeurs privés), dont les intérêts et les stratégies individuels peuvent différer. Les outils de l'analyse stratégique des jeux d'acteurs (Crozier, Friedberg 1977) permettent une lecture explicative des blocages de certaines initiatives.

Il s'agit finalement d'analyser la gouvernance d'un projet de valorisation selon sa capacité à mettre en cohérence une offre et une demande, tant sur le plan idéel (accord sur la qualification, accord sur la stratégie commerciale) que pratique (circuits de distribution, supports de médiation, etc.).

Figure 51: Gouvernance d'une forme de valorisation territoriale



Réalisation Cécile Praly, 2009.

Ce cadre théorique incorpore ainsi la dimension dynamique du processus de construction de la valorisation, en incorporant les facteurs relatifs aux changements de pratiques et de représentations des acteurs nécessaire à la reconnaissance des ressources, ainsi qu'à

l'élaboration de stratégies commerciales cohérentes pour valoriser ces ressources. Par la prise en compte de l'ensemble des liens agriculture-territoire, de la diversité des ressources mobilisables et des formes possibles de valorisation territoriale, il permet une approche exploratoire adaptée à l'analyse de cas *a priori* peu adaptés aux démarches connues comme les AOC/IGP. Loin d'être figé, il offre une trame d'analyse souple et évolutive, capable d'appréhender des initiatives qui combinent plusieurs formes de valorisation (SIQO et valorisation patrimoniale par des fêtes par exemple) comme des valorisations nouvelles, en émergence. La lecture de ce schéma ne doit pas se comprendre comme rigide ou dirigiste. Dans la réalité, l'élaboration de projet peut évoluer selon des étapes contraires au sens des flèches. C'est souvent le cas dans les projets d'obtention d'une AOC ou IGP. L'objectif affirmé étant une différenciation par un SIQO, on recherche alors quelles ressources peuvent être mobilisées pour qualifier le produit. Souvent la construction est tâtonnante, avec de nombreuses itérations entre les phases de reconnaissance et de mobilisation des ressources. Pris comme tel, ce cadre conceptuel est donc généralisable à l'ensemble des productions agricoles quelles que soient les caractéristiques de leurs territoires.

Discussion de la méthode et nouvelles perspectives

La posture méthodologique de recherche est une approche large, multiscalaire, mêlant enquête systématique et observation participante tout au long de la thèse ainsi qu'une inscription dans le temps long. Ce choix s'explique par le caractère mouvant et informel de notre objet. La situation de crise, mouvante pendant le temps de l'investigation, nous a donné à observer davantage d'échecs et de conflits que de résultats tangibles et formels. Les résultats à l'issue de l'année 2006 ont ainsi infirmé l'hypothèse initiale d'émergence de stratégies collectives de valorisation territoriale et révélé l'importance d'un autre phénomène, les circuits de proximité. Ces derniers relèvent dans une moindre mesure de vente au noir, et pour leur plus grande part de pratiques non reconnues par les instances d'encadrement, qui ne disposent donc ni de documentation ni de statistiques à son sujet. Enfin, dans le monde de la vente spéculative des fruits, l'information est un outil de travail qui est tenu secret et difficilement accessible. Ces deux caractéristiques justifient notre choix méthodologique, sans lequel nous n'aurions pu comprendre et dépeindre les fonctionnements à la fois collectifs et individuels, ainsi que leurs contingences, des différents opérateurs de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône. La démarche inductive et évolutive était la seule capable de cerner ce qui était catégorisé comme « informel » et « insignifiant » par les cadres de pensée préexistants.

Cette posture méthodologique n'en présente pas moins des limites quant à sa réalisation et aux résultats obtenus. Sa réalisation exige une recherche de terrain longue et productrice d'une grande quantité de données, de sources diverses, qui rendent le travail de tri et d'analyse d'autant plus difficile. C'est une méthode exigeante en temps, encourageant la dispersion et nécessitant une capacité de synthèse importante pour en extraire les principaux résultats. Une approche plus circonscrite, par exemple ciblée sur quelques formes de valorisation territoriale au lieu de les chercher toutes, nous aurait permis d'être plus efficace et plus précise.

Les résultats obtenus sont essentiellement qualitatifs. Ils explicitent deux logiques de fonctionnement général au sein du bassin (centrifuge / centripète) et s'appuient sur des études de cas pour montrer comment les acteurs individuels composent entre ces deux logiques. Si la typologie des stratégies d'exploitation, la caractérisation des circuits de proximité et l'analyse des complémentarités entre les circuits de commercialisation ouvrent des pistes de réflexion applicables à toute l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, ces résultats mériteraient d'être étoffés. L'un des objectifs de cette recherche financée par un programme Emergence de la région Rhône-Alpes était en effet de contribuer à produire des outils d'aide à la décision

pour les décideurs professionnels et politiques. Cette recherche esquisse la diversité des perspectives possibles et des freins pour maintenir l'arboriculture économiquement viable. Elle ouvre également de nombreuses pistes à approfondir pour renforcer la connaissance et la capacité d'accompagnement de la filière fruits.

Une approche quantitative permettrait d'évaluer la proportion des types de stratégies des exploitations sur le bassin de production ainsi que le poids que représentent les différents circuits de commercialisation pour celui-ci, en volumes et en chiffre d'affaires. C'est un approfondissement auquel nous avons renoncé durant cette recherche, d'une part parce qu'il nécessitait trop de moyens, et surtout parce qu'il n'était pas impératif pour comprendre les logiques à l'œuvre. Les circuits de commercialisation « de proximité » n'étant pas organisés et parfois informels, recueillir des informations quantitatives nécessiterait une enquête de terrain de grande ampleur[503] réalisée par des personnes formées aux subtilités du fonctionnement et du vocabulaire de l'arboriculture et capables de gagner la confiance des professionnels. Malgré cette importante difficulté méthodologique, quelques repères quantitatifs faciliteraient l'orientation et le dimensionnement des accompagnements professionnels et publics.

La complexité des changements à l'œuvre dans la Moyenne Vallée du Rhône justifie par ailleurs de poursuivre et d'approfondir leur analyse, en continuant le suivi qualitatif de ce terrain. En particulier, la question de la structuration à venir des circuits de proximité pourrait être éclairée par le suivi des initiatives identifiées : celles réinvestissant le marché régional des fruits frais, ou encore les demandes d'approvisionnement local pour la restauration collective, et pour les IAA. Le cas de Rhône Fruit SA, qui se positionne sur le marché régional sans proposer une maturité particulière des fruits permettrait de tester l'importance de la prise en compte de cette qualité dans une telle démarche. Le cas de l'approvisionnement local de la restauration collective ou des IAA permettrait d'interroger les conditions de la construction de filières de proximité nouvelles, nécessitant des engagements réciproques en termes de qualité des fruits, de sécurité de l'approvisionnement, de logistique et de prix. Enfin, l'évolution continue du poids des collectivités et politiques territoriales dans ce qu'elles nomment la gouvernance alimentaire, pourrait aussi être observée, notamment à travers leur demande d'agriculture biologique, de circuits courts et d'approvisionnement local dans la restauration collective.

Enfin, une recherche comparative investie dans d'autres bassins de production fruitiers ou légumiers permettrait de renforcer la portée de nos résultats, en testant le caractère général des évolutions observées ici. Les travaux récents d'Eric Manouvrier (Manouvrier, 2008) concernant les bassins endiviers du Nord montrent également l'opposition entre une logique productive qui conduit à l'expansion de l'aire d'approvisionnement (tension centrifuge) et une initiative qui revendique une endive de qualité territoriale sur un terroir restreint (tension centripète). Quelles sont alors les stratégies développées par les acteurs individuels ? Comme dans la Moyenne Vallée du Rhône, jouent-ils sur une combinaison de circuits de commercialisation ou alors le caractère mono-produit de la production endivière ne le permet-il pas ? A ce titre, la production de primeurs du Comtat, par sa diversité, offre un exemple qui ressemble davantage au cas de la Moyenne Vallée du Rhône. Claudine Durbiano concluait son HDR il y a dix ans en préconisant d'explorer une voie de développement par « *l'approvisionnement de proximité de l'agglomération avignonnaise* » (Durbiano, 1997). Pour cela, elle recommandait une mise en marché fédérée qui pourrait être identifiée par une marque commune au contraire des pratiques individuelles des producteurs qui se

[503] L'entretien téléphonique ne parviendrait pas à recueillir des informations quant aux circuits informels et aux chiffres d'affaires. Les producteurs enquêtés ont besoin d'être mis en confiance, et l'enquêteur doit être capable d'approfondir habilement le questionnement.

concurrencent entre eux. Cette organisation n'a pas vu le jour. Quelques enquêtes sur ce terrain permettraient d'en préciser les raisons. Plus généralement aujourd'hui, la commercialisation « de proximité » apparaît désormais comme une voie de développement reconnue par les professionnels de la filière fruits et légumes française[504]. Mais la question des conditions organisationnelles permettant d'améliorer la lisibilité de cette commercialisation demeure posée. La désagrégation de l'organisation géographique de la filière entérinée par la réforme de l'OCM de 2007, crée un vide institutionnel d'autant plus défavorable à la structuration de circuits de proximité[505]. Les gouvernances mises en œuvre dans des exemples existants, comme les marques collectives « Maraîchers des Campagnes Lilloises » ou « Jardin du Pays d'Aubagne »[506] seraient à analyser ainsi que leur articulation avec les circuits d'expédition. Ces différents éclairages permettraient de mieux distinguer ce qui est particulier au contexte de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône de ce qui est commun aux filières fruits et légumes. Cela contribuerait à préciser davantage les facteurs de réussite ou d'échec des différentes formes de valorisation territoriale des fruits.

Pour terminer, la portée des apports théoriques peut également être discutée. Le cadre d'analyse élaboré, puis testé sur l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, présente l'avantage d'élargir le champ de recherche concernant les formes de valorisation territoriale de l'agriculture. Il s'inscrit donc dans une posture volontairement exploratoire, dont l'ambition est d'appréhender l'ensemble des interrelations entre agriculture et territoire pouvant permettre une valorisation. Dans les faits, cette ambition s'avère difficile à réaliser. Ici, dans le temps de cette thèse, nous n'avons par exemple pas pu approfondir l'analyse des détaillants de fruits[507]. Ce cadre théorique apparaît finalement approprié pour des objectifs précis de recherche et de développement. Dans un objectif de définition de l'objet de recherche, il peut servir de grille exploratoire pour les chercheurs, permettant de délimitent et de cibler leur sujet vers une forme de valorisation territoriale donnée, ou vers une étape clef du processus de construction de la valorisation. Ce cadre théorique peut également être mobilisé dans un objectif de développement territorial. Un chargé de mission peut passer son territoire au crible de cette grille pour faire émerger des idées de formes de valorisation territoriale à accompagner.

[504] La thématique des circuits de proximité prend une ampleur sans précédent dans la presse et les publications professionnelles. Etudiée par les organismes techniques interprofessionnels, les commerces de proximité (Cavard et Baros, 2005) ainsi que les circuits-courts dans les ceintures vertes périurbaines (Vernin et Baros, 2007) font l'objet d'études socio-économiques à l'échelle nationale. « Détail Fruits et Légumes » sensibilise les distributeurs en titrant : « *L'approvisionnement local, une carte à jouer en magasin !* » (Gros, 2007). Un article du mensuel Végétable invite même à « *Repenser la géographie de la filière fruits et légumes* ». Partant d'une analyse économique et stratégique, il conclut à l'intérêt de reconstruire des filières sur la base de la satisfaction des consommateurs, de la proximité entre production et distribution, de la valorisation des terroirs et des compétences professionnelles françaises (Couffin, 2006). Dans un dossier plus important, intitulé « *Eloge de la proximité* », le rédacteur en chef du mensuel affirme : « *Les circuits courts sont donc appelés à se développer de manière massive, diverse, jusqu'à ce qu'ils plafonnent à un niveau probablement important.*" (Harzig, 2008, p. 49).

[505] Le cas de la Bretagne, dont les OP se sont opposées à cette réforme en restant toutes adhérentes à l'ancien Comité Economique Breton (transformé en AOP de service) peut constituer un exemple de gouvernance régionale à étudier.

[506] La construction de cette initiative a été décrite par Jean-Noël Consalès (Consales, 2001). Il serait bon d'en faire un bilan aujourd'hui.

[507] Ce choix est justifié en introduction.

Bibliographie

[s.n.], 1963. *Les vergers de la Drôme*, Paris, SCEES-DDA, 92p.

[s.n.], 2001-2006. *Régie du marché aux fruits*, Pont de l'Isère, Mairie, 6 volumes.

[s.n.], 2004. *Demande d'enregistrement d'une Indication Géographique Protégée "Pêche et nectarine de la Drôme". Mise à jour N°1*, Valence, Association Fruits Plus, 78p.

[s.n.], 2007. "Un nouveau règlement pour les producteurs de fruits et légumes", *AGRAPRESSE hebdo*, n° 3109, pp. 1-9.

C. ALAMANDY et C. ORAZZO, 1982. *L'insertion de la production d'abricots dans les systèmes d'exploitation du Nord de la Drôme et de l'Ardèche*. Mémoire de fin d'études, Ingénieur en agriculture, ISARA, Lyon, 123p.

P. ALARY, D. BAZILE, S. BERLAND, I. BESSON, S. BOULAKIA, J.-C. BUREAU, F. CAILLAVET, M. CARRAUD, R. CHAPUIS, J.-P. CHARVET, et al., 2009. *Nourrir les hommes, un dictionnaire*, Neuilly, Atlande, 765p.

M.-J. AMIOT-CARLIN, F. CAILLAVET, M. CAUSSE, P. COMBRIS, J. DALLONGEVILLE, M. PADILLA, C. RENARD et L.-G. SOLER, 2007. *Les fruits et légumes dans l'alimentation, Enjeux et déterminants de la consommation*, Paris, INRA, Expertise scientifique collective, synthèse du rapport, 80 p.

G. ALLAIRE, 2002. "L'économie de la qualité, en ses secteurs, ses territoires et ses mythes", *Géographie, Economie, Société*, n° 4, pp. 155-180.

D. BARJOLLE et B. SYLVANDER, 2003. "Facteurs de succès des produits d'origine certifiée dans les filières agro-alimentaires en Europe : marché, ressources et institutions", *INRA Production Animales*, pp. 289-293.

D. BARJOLLE et E. THEVENOD-MOTTET, 2002. "Ancrage territorial des systèmes de production: le cas des Appellations d'Origine Contrôlée", *Colloque SYAL*, Montpellier, pp. 19.

G. BECATTINI, 1992. "Le district marshallien : une notion socio-économique", dans G. BENKO et A. LIPIETZ *Les régions qui gagnent - Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, Paris, Presse Universitaire de France, pp. 35-55.

G. BENKO et A. LIPIETZ, 1992. *Les régions qui gagnent - Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, Paris, Presse Universitaire de France, 425 p.

G. BENKO et A. LIPIETZ, 2000. *La richesse des régions : la nouvelle géographie socio-économique*, Paris, Presse Universitaire de France, 564 p.

L. BERARD, M. HIRCZAK, P. MARCHENAY, A. MOLLARD et B. PECQUEUR, 2006. "Complexité patrimoniale et territoire: le panier de biens en Bresse", *Economies et Sociétés, Série "Systèmes agroalimentaires"*, n° 28, pp. 633-647.

L. BERARD et P. MARCHENAY, 2004. *Les produits de terroir, entre culture et règlements*, Paris, CNRS Editions, 229 p.

M. BERRIET-SOLLIEC, J.-P. DAUBARD et T. VOLAY, 2004. "Les concours publics des collectivités territoriales à l'agriculture en 2000", *Notes et études économiques*, n° 20.

J. BETHEMONT, 1972. *Le thème de l'eau dans la vallée du Rhône, Essai sur la genèse d'un espace hydraulique*, Saint-Etienne, Imprimerie "Le Feuillet Blanc", 642 p.

N. BETRY, 2003. "La patrimonialisation des fêtes, des foires et des marchés classés "sites remarquables du goût" ou la mise en valeur des territoires par les productions locales", *Ruralia,* n° 12-13, pp. 8.

A. BLANCHET et A. GOTMAN, 2003. *L'enquête et ses méthodes: l'entretien,* Tours, Nathan Université, 128 p.

A. BLETON-RUGET, 2004. "Histoire et patrimoine: la culture comme ressource territoriale", *Montagnes Méditerranéennes,* n° 20, pp. 75-78.

L. BOLTANSKI et L. THEVENOT, 1991. *De la Justification, les économies de la grandeur,* Paris, Gallimard, 483 p.

M. BORNAND, 1972. *Etude pédologique de la Moyenne Vallée du Rhône,* Gap, INRA- SES Montpellier, 244 p.

B. BOUVIER et C. REYNAUD, 1982. *Perspectives de développement en Centre-Ardèche* Mémoire de fin d'étude, Ingénieur en agriculture, ISARA, Lyon, 124 p.

P. BOZON, 1961. *La vie rurale en Vivarais, étude géographique*. Thèse de Lettres, Université de Clermont-Ferrand, 641 p.

R. BRUNET, R. FERRAS et H. THERY, 1993. *Les mots de la Géographie - Dictionnaire critique,* La Documentation Française, 518 p.

A. C., 2004. "La part des organisations de producteurs s'est accrue entre 2000 et 2002", *AGRAPRESSE hebdo,* n° 2972, pp. 27.

M. CALLON, 1986. "Eléments pour une sociologie de la traduction, la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc", *L'Année sociologique,* n° 36.

R. CAMAGNI, D. MAILLAT et A. MATTEACCIOLI, 2004. *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local,* Neuchâtel, IRER, 298 p.

C. CANEVET, 1992. *Le modèle agricole breton. Histoire et géographie d'une révolution agroalimentaire,* Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 397 p.

P. CARITEY, 2007. *Un centre devenu marge: l'exemple de la culture de la pêche dans la vallée de l'Eyrieux*. Mémoire de Master I de Géographie, Université Lyon II, Laboratoire Etudes Rurales, Lyon, 144 p.

F. CASABIANCA, B. SYLVANDER, Y. NOEL, C. BERANGER, J.B. COULON et F. RONCIN, 2005. "Terroir et Typicité: deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée : Essai de définitions scientifiques et opérationnelles", *Communication pour le Symposium international « Territoires et enjeux du développement régional »,* Lyon, 18 p.

P. CAVARD et C. BAROS, 2005. *Le commerce de proximité, Concepts de distribution, modes de vie des consommateurs,* Paris, Ctifl, 118 p.

P. CAVARD et M.A. MOREAU-RIO, 2002. *Le comportement du consommateur dans ses achats de fruits et légumes, Lieux d'achat - modes de vente, Baromètre 2002,* Paris, Ctifl, 132 p.

P. CAVARD et C. RENAULT, 2009. *Observatoire des entreprises de gros et d'expédition de fruits et légumes frais 2005-2007,* Paris, CTIFL, 102 p.

L. CHAFFOTTE et Y. CHIFFOLEAU, 2007. "Vente directe et circuits-courts: évaluations, définitions et typologie", Les Cahiers de l'Observatoire CROC, INRA, Montpellier, n° 1, 8 p.

J.-L. CHALEARD et J.-P. CHARVET, 2004. *Géographie agricole et rurale,* Paris, Belin, Collection "Atouts Géographie", 240 p.

C. CHAZOULE, 2001. *Les processus d'innovation en agriculture: étude comparative à partir de deux mises en culture, les cas de la trufficulture et de l'arboriculture fruitière*. Thèse de doctorat d'agro-économie, INRA, Montpellier.

C. CHAZOULE, 2005. *Les expéditeurs et négociants spécialisés en Rhône-Alpes: une alternative à la normalisation par la grande distribution?*, Rapport de recherche PSDR II, Lyon, ISARA-LYON, 40 p.

C. CHAZOULE et C. PRALY, 2006. *Quels liens peut-on identifier dans les représentations et pratiques des consommateurs entre arboriculture fruitière et terroirs?*, Lyon, Document de synthèse de travaux d'étudiants de l'ISARA-Lyon, 4 p.

J.-N. CONSALES, 2001. "La charte agricole d'Aubagne. Modèle ou utopie?", *Rives Nord-Méditerranéennes,* n° 8.

F. CORRADO, 2004. "Vers un concept opératoire: la ressource territoriale", *Montagnes Méditerranéennes, dossier: La Notion de Ressource Territoriale,* n° 20, pp. 21-24.

S. COTINAUT, [s.d.]. *Dossier de demande d'indication géographique protégée pêches-nectarines et abricots de la moyenne vallée du Rhône*, Valence, Association de Promotion des Fruits et Légumes Sous Labels de la Drôme et des Cantons Limitrophes, 87 p.

R. COUFFIN, 2006. "Repenser la géographie de la filière F&L", *Vegetable*, n° 227, pp. 4-5.

C. COURLET, 2001. *Territoires et régions, les grands oubliés du développement économique,* Paris, L'Harmattan, 133 p.

C. COURLET, 2002. "Les systèmes productifs localisés, un bilan de la littérature", dans A. TORRE *Le local à l'épreuve de l'économie spatiale. Agriculture, Environnement, Espaces ruraux.*, Versailles, INRA, pp. 27-40.

A. COUSTAURY, 1966. "Transformations récentes de l'agriculture fruitière dans la moyenne vallée du Rhône", *Géocarrefour,* vol. 41, n° 2, pp. 129-154.

M. CROZIER, E. FRIEDBERG, 1977. *L'acteur et le système, les contraintes de l'action collective,* Editions du Seuil, 437 p.

C. DELFOSSE, 1992. *La France fromagère*. Thèse pour le nouveau doctorat, Géographie, Université de Paris I – Panthéon Sorbonne, Paris, 2 tomes, 343 et 170 p.

C. DELFOSSE, 1996. "Qualité, lien au lieu et développement local", dans F. CASABIANCA et E. VALCESCHINI *La qualité dans l'agroalimentaire: émergence d'un champ de recherches*, Paris, INRA, pp. 34-41 et 144-147.

C. DELFOSSE, 2000a. "La Valorisation des patrimoines agro-alimentaires : Un enjeu productif et culturel pour les campagnes ?", *Des campagnes « vivantes », un modèle pour l'Europe ?* , Nantes, Cestan, pp. 533-544.

C. DELFOSSE, 2000b. "Qualité du produit de terroir et histoire locale, ou comment le géographe rencontre l'histoire locale", *Histoire locale.*, Nantes, Siloë, pp. 37-48.

C. DELFOSSE, 2002. *Géographie rurale, culture et patrimoine*. HDR de géographie, Université de Lille I, Lille, 2 volumes: vol. de synthèse (312 p.) et vol. de publications (443 p.).

C. DELFOSSE, 2006. "La localisation de la production fromagère : évolutions des approches géographiques", *Geocarrefour,* vol. 81, n° 4, pp. 311-318.

C. DELFOSSE et M.T. LETABLIER, 1995. "Genèse d'une convention de qualité : cas des appellations d'origine fromagères", dans G. ALLAIRE et R. BOYER *La grande transformation de l'agriculture,* Paris, Economica, pp. 97-118.

J. DEPLACE, 2003. *Etude prospective sur l'arboriculture fruitière en Drôme des Collines et alentours : Rapport d'étape,* Anneyron, Maison Familiale d'Anneyron, Contrat Global de Développement Drôme des Collines (Action 33).

C. DE SAINTE-MARIE, 2001. "De la provenance à la gestion de l'origine géographique : la requalification de la clémentine de Corse", *Cahier de Recherche MOISA,* vol. 1, pp. 36-43.

A. DESMOULINS, 1925. *L'agriculture du département de la Drôme. Concours des primes d'honneur, prix culturaux et de spécialités du département de la Drôme,* Valence, Granger et Legrand, 254 p.

G. DI MEO, 1991. *L'Homme, la Société, l'Espace,* Paris, Economica, Anthropos, 320 p.

G. DI MEO, 1998. *Géographie sociale et territoires,* Paris, Nathan Université, 320 p.

J.P. DIRY, 1985. *L'industrialisation de l'élevage en France. Economie et géographie des filières avicoles et porcines,* Ophrys, 680 p.

J.P. DIRY, 1987. "Géographie des filières agro-alimentaires", *Revue de géographie de Lyon,* vol. 62, n° 4, pp. 85-89.

J.P. DIRY, 1997. "Filières agro-alimentaires et bassins de production dans les pays développés", *Bulletin de l'Association des Géographes Français,* n° 3-4, pp. 434-443.

S. DUBUISSON-QUELLIER, 2001. "Une organisation territoriale pour la mise en place d'une filière porc de qualité en Bretagne", *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement,* n° 32, pp. 165-176.

S. DUBUISSON-QUELLIER, M. NAVARRETE et J. PLUVINAGE, 2006. "Les organisations de producteurs au coeur de la valorisation de la qualité des fruits. Une diversité de stratégies en Rhône-Alpes", *Economie Rurale,* n° 292, pp. 18-34.

C. DURBIANO, 1980. "Les marchés de production de fruits et légumes du Sud-Est", *Etudes Rurales,* n° 78-79-80, pp. 69-90.

C. DURBIANO, 1997. *Le Comtat et ses marges, crises et mutations d'une région agricole méditerranéenne,* Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence, 217 p.

C. DURBIANO, 2000. "L'oliveraie provençale, production de qualité et requalification territoriale", *Méditerranée,* vol. 95, n° 3-4, pp. 17-27.

L.-J. DUSSERT, 1969. *La production fruitière française,* Avignon, Ministère de l'Agriculture, Direction des productions végétales-CERAFER, 184 p.

A. ESPOSITO, 2007. "Organisations Professionnelles Agricoles locales et territorialisation des politiques agricoles: du territoire dans les organisations?", *Séminaire du Cluster PAPPET,* Le Pradel, Mirabel (07), janvier.

D. FAUCHER, 1927. *Plaines et bassins du Rhône Moyen, entre Bas-Dauphiné et Provence,* Paris, Armand Colin, 670 p.

G. FOUGEIROL, 1937. "La culture du pêcher et le commerce de la pêche dans la vallée de l'Eyrieux", *Journées Fruitières Rhodaniennes,* Mémoires et Rapports, pp. 153-187.

C. FOURCADE, J. MUCHNIK et R. TREILLON, 2005. *Systèmes productifs localisés dans le domaine agro-alimentaire,* Montpellier, Rapport du GIS SYAL au MAAPAR et à la DATAR, 112 p.

H. FRANCOIS, 2007. *De la station ressource pour le territoire au territoire ressource pour la station. Le cas des stations de moyenne montagne périurbaines de Grenoble.* Thèse de Doctorat en Aménagement de l'espace, Université Joseph Fourier, Grenoble, 361 p.

H. FRANCOIS, M. HIRCZAK et N. SENIL, 2006. "Territoire et patrimoine: la co-construction d'une dynamique et de ses ressources", *RERU,* n° 5, pp. 683-700.

J. FRAYSSIGNES, 2005. *Les AOC dans le développement territorial, une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères*. Thèse de doctorat de l'Institut National Polytechnique de Toulouse, Toulouse, 469 p.

P. GIAUQUE, 1986. "Pêches, des créneaux pour la production régionale", *Paysans de la Loire, "spécial arboriculture"*, n° 1715, pp. 6-8.

C. GLEMOT et C. GROS, 2007. "Expéditeurs et entreprises de gros, ce qu'ils pensent des démarches qualité", *Infos-Ctifl*, n° 235, pp. 17-23.

J.P. GILLY et B. PECQUEUR, 2000. "Régulation des territoires et dynamiques institutionnelles de proximité: le cas de Toulouse et des Baronnies", dans J.P. GILLY et A. TORRE *Dynamiques de proximité*, Paris, L'Harmattan, pp. 131-164.

J.P. GILLY et A. TORRE, 2000. *Dynamiques de proximité*, Paris, L'Harmattan, 301 p.

J.P. GILLY et A. TORRE, 2000. "Introduction générale", dans J.P. GILLY et A. TORRE *Dynamiques de proximité*, Paris, L'Harmattan, pp. 9-33.

J. GINET, 1937. "Le pêcher en Ardèche", *Journées fruitières rhodaniennes*, Mémoires et Rapports, pp. 127-152.

M. GRANOVETTER, 2000. *Le marché autrement: Les réseaux dans l'économie*, Paris, Desclée de Brouwer, 223 p.

C. GROS, 2007. "L'approvisionnement local, une carte à jouer en magasin!", *Détail fruits et légumes*, n° 241, pp. 1-2.

E. GUERIN, M.-H. MICHEL, M. MOFIN et S. RUSSIER, 2002. *Etude Socio-économique : Le projet IGP « pêche-nectarine de la Drôme »*, Lyon: ISARA-Lyon, Commanditée par l'association Fruit Plus et la Chambre d'agriculture de la Drôme, 63 p.

A. GUIMONT, 2001. *Valorisation du patrimoine agroalimentaire et développement culturel local : L'exemple de la Mirabelle de Lorraine*. Mémoire de DEA de géographie, Université de sciences et technologies, Lille, 219 p.

H. GUMUCHIAN, 2005. "Entre forme et sens: le territoire comme objet géographique", dans P. PREVOST *Agronomes et territoires*, Paris, L'Harmattan, pp. 161-169.

H. GUMUCHIAN, E. GRASSET, R. LAJARGE et E. ROUX, 2003. *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, Paris, Anthropos, Economica, 186 p.

H. GUMUCHIAN et B. PECQUEUR, 2004. "Avant-Propos", *Montagnes Méditerranéennes, dossier: La Notion de Ressource Territoriale*, n° 20, pp. 3-5.

H. GUMUCHIAN et B. PECQUEUR, 2007. *La ressource territoriale*, Paris, Economica, coll. Anthropos, 252 p.

J. HARZIG, 2008. "Eloge de la proximité", *Vegetable*, n° 249, pp. 48-52.

M. HIRCZAK, 2007. *La co-construction de la qualité agroalimentaire et environnementale dans les stratégies de développement territorial. Une analyse à partir des produits de la région Rhône-Alpes*. Thèse de Doctorat de Géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 345 p.

P. HUSSON, 2005. "Traçabilité, on y est", *Réussir Fruits & Légumes*, n° 236, pp. 52-55.

C. HUTIN, 2007. "Le diagramme de la distribution 2006, le tableau de bord de la filière", *Infos-Ctifl*, n° 237, pp. 11-15.

I.N.A.O., 2006. *Orientations pour les demandes d'I.G.P. (Indication Géographique Protégée) concernant des fruits (décision du Comité National IGP de l'I.N.A.O. du 06 décembre 2006)*, rapport interne, 18 p.

B. JEANNEQUIN, F. DOSBA, M.-J. AMIOT-CARLIN, F. LESCOURRET, J.-C. MONTIGAUD, D. HASSAN, D. BLANCARD, M. PITRAT et Y. COUTEAUDIER,

2004. *Quelques caractéristiques des filières fruits et légumes*, Paris, Rapport INRA présenté au Salon International de l'Agriculture, 28 p.

J. JULIEN, 1986. "Productions fruitières... les nouveaux enjeux", *Paysans de la Loire, "spécial arboriculture"*, n° 1715, p. 1.

L. KEBIR, 2006. "Ressource et développement régional, quels enjeux?", *RERU*, n° 5, pp. 701-723.

Ay. LACROIX, A. MOLLARD et B. PECQUEUR, 2000. "Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut ?", *RERU*, n° 4, pp. 683-706.

M. LE BAIL, 1997. *Maîtrise de la qualité des céréales à l'échelle du bassin d'approvisionnement d'une entreprise de collecte-stockage. Approche agronomique*. Thèse de doctorat d'agronomie, Institut National Agronomique Paris-Grignon, Paris, 236 p. + annexes.

M. LE BAIL, 2001. "Spécificité locale pour un produit banal, Le blé dur destiné à la fabrication de pâtes alimentaires", *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, n° 32, pp. 37-50.

D. LEROUX, 1976. *La production fruitière en France*, Paris, La Documentation française, n°4321-4322, 84 p.

F. LESCUREUX, 2005. "Aperçu de l'agriculture désirée dans les campagnes en projet du Nord-Pas-de-Calais à travers le prisme des chartes de développement durable des Pays", *Colloque FAIRE CAMPAGNE*, Rennes, pp. 87-103.

T. LINCK, 2005. "Patrimonialisation et typification de fromages "traditionnels": une approche comparée de démarches de qualification", *Ruralia*, n° 16-17, pp. 277-293.

E. MANOUVRIER, 2004. "L'endive, un produit de terroir du Nord-Pas-de-Calais?", *Ruralia*, n° 15, pp. 97-114.

E. MANOUVRIER, 2008. "Une filière en recomposition et ses incidences territoriales: L'endive dans la France du Nord", *RERU*, n° 2, pp. 211-224.

G. MARECHAL, 2008. *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*, Dijon, Educagri Editions, 214 p.

C. MARGETIC, 2004. "Proximités et territoires des firmes agro-industrielles", dans C. MARGETIC *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Arras, Artois Presse Universitaire, pp. 89-108.

C. MARGETIC, 2004. *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Arras, Artois Presse Universitaire, 23 p.

J.L. MAYAUD, 2005. *Gens de l'agriculture: la France rurale 1940-2005*, Editions du Chêne, 301 p.

R. MIQUEL, 1955. "Un miracle de France : la vallée de l'Eyrieux", *Sciences et Vie*, n° 456, pp. 69-70.

A. MOLLARD, 2001. "Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente", *Economie Rurale*, n° 263, pp. 16-34.

A. MONIER, 2005. *Etude de la formation des prix des pêches au sein d'une Organisation de Producteurs*. Mémoire de Fin d'Etudes, Ingénieur en agriculture, ISARA-Lyon/INRA Montpellier, 93 p.

P. MOUSTIER, 2007. "La figue de Solliés, une nouvelle AOC face à un avenir incertain", *Méditerranée*, n° 109, pp. 63-69.

J. MUCHNIK, 2006. "Sistemas agroalimentarios localizados: evolucion del concepto y diversidad de situaciones", *3ème colloque international du réseau SYAL: ALTER 06 "Alimentacion y Territorios"*, Baeza (Espagne), 20 p.

J. MUCHNIK, J. SANZ-CANADA et G. TORRES-SALCIDO, 2008. "Systèmes agroalimentaires localisés: état des recherches et perspectives", *Cahiers Agricultures*, vol. 17, n° 6, pp. 513-519.

G. NICAISE, 1986. "L'atout du terroir", *Paysans de la Loire, "spécial arboriculture"*, n° 1715, p. 12.

F. NICOLAS et E. VALCESCHINI, 1995. *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, Paris, Economica, 433 p.

B. PECQUEUR, 1989. *Le développement local : mode ou modèle ?*, Paris, Syros, 149 p.

B. PECQUEUR, 2001. "Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés", *Economie Rurale*, n° 261, pp. 37-49.

B. PECQUEUR, 2005. "Quel "tournant territorial" de l'économie mondiale globalisée?", *5ème Rencontres Inter-Universitaires d'Economie Sociale et Solidaire*, Marseille, 13 p.

B. PECQUEUR, A. TORRE et E. VANDECANDELAERE, 2003. *Acteurs de la sphère des échanges et territoires: des scénarios pour l'agro-alimentaire*, DATAR (Groupe de prospective 10), 44 p.

B. PECQUEUR et J.-B. ZIMMERMANN, 2004. *Economie de proximités*, Paris, Hermès-Science, 264 p.

J.C. PERIGNAC, 1987. *Etat des lieux Drôme 1987: Sol et petites régions*, Valence, Chambre d'Agriculture de la Drôme, Service technique, 212 p.

F. PERNET, 1982. *Résistances paysannes*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 192 p.

J. PERRET, 1994. *Le développement touristique local. Les stations de sports d'hiver*, Grenoble, CEMAGREF, 338 p.

P. PERRIER-CORNET, 1990. "Les filières régionales de qualité dans l'agro-alimentaire: Etude comparative dans le secteur laitier en Franche-Comté, Emilie-Romagne, Auvergne", *Economie Rurale*, n° 195, pp. 27-33.

P. PERRIER-CORNET et B. SYLVANDER, 2000. "Firmes, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine", *Economie Rurale*, n° 258, pp. 79-89.

X. PIERRE, 1989. *La filière fruits dans la région Rhône-Alpes*, Lyon, Etude réalisée pour la Caisse Régionale du Crédit-Agricole du Sud-Est, par un élève de l'ISARA, 8 p. + annexes.

J. PILLEBOUE, 2000. "Les nouveaux bassins de production de la qualité agro-alimentaire : clarification ou confusion territoriale ?", *Hommes et Terres du Nord*, n° 4, pp. 202-216.

J. PLUVINAGE, C. DE SAINTE-MARIE, S. BELLON, C. CHAZOULE, S. DUBUISSON-QUELLIER, J. FAURIEL, M. NAVARRETE et D. PLENET, 2005. *Vers une meilleure valorisation de la qualité des fruits frais au verger et en station d'expédition en Rhône-Alpes. Rapport scientifique et technique*, Programme PSDR II; INRA/ISARA-Lyon/CNRS-CSO, 22 p.

V. PONCHON et Y. MORLIERE, 2006. *L'identifiant "Agriculture Rhône-Alpes", fiche de synthèse*, Lyon, Rapport de stage Chambre Régionale d'Agriculture/ISARA-Lyon, 4 p.

C. PRALY, 2005. *Perspectives de valorisation territoriale pour l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône: Etude des liens entre arboriculture et territoire*. Mémoire de Master II Recherche 'Etudes Rurales', Université Lyon 2, Lyon, 148 p + annexes.

C. PRALY, 2007. "Le processus de reterritorialisation en questions: l'exemple de l'arboriculture de la moyenne vallée du Rhône", *Méditerranée,* n° 109, pp. 41-46.

C. PRALY, 2007. "La difficile rencontre entre acteurs du monde agricole et collectivités territoriales, l'exemple de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône", *Communication au séminaire du cluster PAPPET*, Le Pradel, Mirabel (07), janvier.

C. PRALY, C. CHAZOULE, C. DELFOSSE et J. PLUVINAGE, 2006. "Quel ancrage territorial pour l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône (France*)?", 3ème colloque international du réseau SYAL: ALTER 06 "Alimentacion y Territorios",* Baeza (Espagne), 33 p.

C. PRALY, C. CHAZOULE, C. DELFOSSE et J. PLUVINAGE, 2007. "SYAL et relocalisation des agricultures européennes, une application à l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône", *Economies et Sociétés, série "Systèmes agroalimentaires"*, n° 29, pp. 1547-1566.

F. PURSEIGLE, 2004. *Les sillons de l'engagement, jeunes agriculteurs et action collective,* Paris, L'Harmattan, 262 p.

J.E. PUYPALAT, 2002. *Configurations de mise en marché, le cas de la pêche en Rhône-Alpes*. Mémoire de DEA de sociologie, réalisé à l'INRA, Unité d'Ecodéveloppement d'Avignon, sous la direction de E. Friedberg, IEP de Paris, 106 p.

R. QUIVY et L. VAN CAMPENHOUDT, 2006. *Manuel de recherche en sciences sociales,* Paris, Dunod, 256 p.

C. RAFFESTIN, 1980. *Géographie économique du pouvoir,* Paris, Librairies Techniques (LITEC), 250 p.

A. RALLET et A. TORRE, 2004. "Proximité et localisation", *Economie Rurale,* n° 280, pp. 25-41.

J. RENARD, 2004. "Le modèle agricole breton: ses réussites, ses dérives et sa remise en cause (1950-2004)", *Conférence donnée au FIG,* Saint-Dié-des-Vosges, 15 p.

D. RICARD, 1994. *Les montagnes fromagères en France: terroirs, agriculture de qualité et appellations d'origine,* Clermont-Ferrand, Université Blaise Pascale, 495 p.

C. RICHER, 2007. "Présentation résumée de la démarche IGP pommes et poires de Savoie", *Communication à la Journée d'Etude du LER "Les enjeux de la protection de l'origine",* Lyon, 10 diapos.

L. RIEUTORT, 2000. "Le développement de l'arboriculture en moyenne montagne et ses limites: l'exemple des Préalpes du Sud", *Méditerranée,* vol. 95, n° 3.4, pp. 35-42.

C. ROTY et S. DUBUISSON-QUELLIER, 2005. *Le prix des fruits et légumes frais, qu'en pensent les consommateurs? quelle place au moment de l'achat?,* Paris, Ctifl, 92 p.

G. RUFIN, 1961. *L'évolution des cultures fruitières dans la Drôme et ses incidences économiques et sociales*. Mémoire principal, Université de Lyon, Lyon, 116 p.

F. SANTAMARIA, 2002. "Quel est l'intérêt de la notion de territoire pour le développement régional?", *Actes du séminaire INRA/DADP "Pour et Sur le Développement Régional",* Montpellier, pp. 19-29.

S. SCHEFFER, 2002. *Qu'est-ce qu'un produit alimentaire lié à une origine géographique?* Thèse de doctorat de géographie, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne, Paris, 593 p. + annexes 357 p.

S. SOLAU, 1986. "Vers une démarche "qualité"", *Paysans de la Loire, "spécial arboriculture"*, n° 1715, pp. 3.

P. STASSART, 2005. "Construction d'un marché alternatif de viande bovine fermière", *Economie Rurale*, n° 286-287, pp. 28-43.

A. TORRE, 2004. "Introduction: proximité et territoires", *Economie Rurale*, n° 280, pp. 2-7.

O. TURQUIN, 2007. ""Je t'aime! moi non plus": désirs d'agriculture des territoires et envies des agriculteurs", *Séminaire du Cluster PAPPET*, Le Pradel, Mirabel (07), janvier.

E. VANDECANDELAERE, 2002. "Des "réseaux territoriaux" comme outil de promotion de produits de qualité: L'analyse des "routes des vins" en Languedoc-Roussillon, Mendoza et Western Cape", *Communication du GIS SYAL*, 26 p.

J. VAUDOIS, 1987. "Les filières agro-alimentaires face aux mutations de leur environnement : la dynamique récente des filières fleurs et légumes de serre aux Pays-Bas", *Revue de géographie de Lyon*, vol. 62, n° 4, pp. 387-410.

J. VAUDOIS, 2000. "Les dynamiques spatiales des productions légumières: l'évolution récente des bassins endiviers de Nord-Picardie", *Méditerranée*, vol. 95, n° 3.4, pp. 65-74.

X. VERNIN, 2005. *Les signes de qualité et autres certifications, Application aux fruits et légumes*, Paris, Ctifl, 92 p.

X. VERNIN et C. BAROS, 2007. *Les productions maraîchères de ceinture verte, Valorisation de la proximité par les circuits courts*, Paris, Ctifl, 78 p.

R. VILLARD, J.-M. GAY, P. GENTIAL et I. LAURENS, 2003. *Pour le marché aux fruits de Pont de l'Isère, de quoi demain sera-t-il fait? Analyse et perspectives*. DESS CAAE Projet de fin d'études, Ecole Supérieure des Affaires, Grenoble, 47 p. + annexes.

Tables des illustrations

Table des Cartes

Carte 1: Localisation des vergers de la Moyenne Vallée du Rhône..... 44
Carte 2: Géographie de la spécialisation fruitière en pourcentage de SAU communale (2000) 46
Carte 3: Géographie de la spécialisation fruitière en pourcentage d'exploitations (2000)..... 47
Carte 4: Les 31 cantons de l'espace arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône 48
Carte 5: Carte des opérateurs de l'expédition de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006..... 56
Carte 6: Localisation des OP par type et nombre d'espèces de fruits commercialisés (2006) 63
Carte 7: Localisation des OP par chiffre d'affaires et nombre d'adhérents 64
Carte 8: Les quatre territoires de projet couvrant la Moyenne Vallée du Rhône..... 75
Carte 9: Aire d'approvisionnement des OP, par type de fonctionnement (2006)..... 95
Carte 10: Communes de production fruitière, gares et marchés dans la Moyenne Vallée du Rhône en 1900..... 100
Carte 11: Communes de production fruitière et marchés dans la Moyenne Vallée du Rhône en 1930..... 108
Carte 12: Echelles des différentes initiatives d'identification territoriale 151

Table des Figures

Figure 1: La structure de la Formation Socio-Spatiale 20
Figure 2: Cartographie des enquêtes 37
Figure 3: Répartition du verger de la Moyenne Vallée du Rhône par espèce..... 49
Figure 4: Répartition des espèces de fruits dans la Moyenne Vallée du Rhône 50
Figure 5: Schéma du fonctionnement du système PDC fruitier de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006..... 51
Figure 6: Zoom sur les opérateurs de la production et de la première mise en marché..... 53
Figure 7: Zoom sur les opérateurs de l'aval de la filière 57
Figure 8: Répartition des parts de marché de la distribution des fruits et légumes 1997-2004 59
Figure 9: Carte des bassins économiques français en 2006 61
Figure 10: Relief, routes et réseau hydraulique principal de la Moyenne Vallée du Rhône.... 72
Figure 11: Nombre d'habitants en 1999 et évolution de la population entre 1990 et 1999 des quatre territoires de projets..... 77
Figure 12: Espace urbain, espace rural et pôles de services des quatre territoires de projet.... 78
Figure 13: Les deux niveaux de regroupement de la production pour l'expédition 93
Figure 14: Volumes de fruits expédiés dans les gares en 1924..... 109
Figure 15: Evolution de la coopérative de Saint-Rambert-d'Albon 117
Figure 16: Evolution des volumes de production de Rhône-Alpes (1955-1989)..... 126
Figure 17: Bilan des saisons de production par un technicien d'OP 135
Figure 18: Comparaison des régions fruitières françaises, 2004. 136
Figure 19: Evolution des productions fruitières régionales de 1955 à 2006, par espèce (en 100 kg)..... 137
Figure 20: Importations françaises de fruits par pays fournisseur en 2008 140
Figure 21: Evolution des productions fruitières des principaux pays producteurs européens 141

Figure 22: Surfaces du verger de pêches-nectarines de la Drôme. 144
Figure 23: Les types de ressources territoriales identifiées..... 187
Figure 24: Echelles des organisations collectives de mise en marché 203
Figure 25: Vente aux opérateurs d'aval régionaux : ancrage organisationnel fondé sur la proximité de débouchés complémentaires 220
Figure 26: « équilibre instable » entre circuits d'expédition et circuits régionaux..... 221
Figure 27: Evolution des stratégies de commercialisation des exploitations de l'Eyrieux et du Sud Drôme (10 EA)..... 230
Figure 28: Evolution des stratégies de commercialisation des exploitations du Nord Drôme (10 EA)..... 231
Figure 29: Evolution des stratégies de commercialisation des exploitations du Nord Ardèche (5 EA)..... 232
Figure 30: Décomposition de la marge partielle de mise en marché 236
Figure 31: Répartition des volumes par calibre et par débouché, saison 2007 238
Figure 32: Prix de vente par calibre et par débouché, saison 2007..... 238
Figure 33: Répartition des volumes par calibre, pour la coopérative et pour l'ensemble des autres débouchés, saison 2007 240
Figure 34: Prix de vente par calibre obtenus de la coopérative et de l'ensemble des autres débouchés, saison 2007..... 240
Figure 35: Décomposition des charges de mise en marché par débouché 244
Figure 36: Décomposition des charges de mise en marché pour la coopérative et pour l'ensemble des autres débouchés 244
Figure 37: Comparaison de la marge partielle de mise en marché dégagée entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés, saison 2007 245
Figure 38: Comparaison de la marge partielle de mise en marché dégagée entre la coopérative et l'ensemble des autres débouchés avec correction de la proportion des calibres 246
Figure 39: Marges partielles réelles de mise en marché pour la coopérative et l'ensemble des autres débouchés, saison 2007 249
Figure 40: Carte des stands de vente de fruits enquêtés en août 2007 255
Figure 41 : Comparaison de la répartition des exploitations fruitières selon leur taille économique et leur pratique de la vente directe en Ardèche et en Drôme..... 257
Figure 42: Document publicitaire "Les Glaces de l'Ardèche", juin 2008 280
Figure 43: Fréquentation mensuelle du marché de Pont-de-l'Isère (2001-2007)..... 292
Figure 44: Evolution annuelle de la fréquentation du marché de Pont-de-l'Isère (2001-2006) 293
Figure 45: Fréquentation annuelle du marché de Pont-de-l'Isère par type d'usager (2001-2006) 294
Figure 46: Evolution de la physionomie du marché de production de Pont-de-l'Isère 305
Figure 47: Les circuits courts dans la distribution des fruits et légumes en France..... 308
Figure 48: Le processus de spécification de l'offre des fruits dans les circuits de proximité 323
Figure 49: Dialogue entre une productrice et l'enquêteur au sujet des collectivités territoriales 338
Figure 50: Cadre d'analyse du processus de construction d'une forme de valorisation territoriale 379
Figure 51: Gouvernance d'une forme de valorisation territoriale 382

Table des Photographies

Photo 1: Chaîne de calibrage de pommes dans une station d'expédition 52
Photo 2: Vallée de l'Eyrieux, en aval de Saint-Sauveur-de-Montagut 69
Photo 3: Plaine de Saint-Rambert-d'Albon et montagne ardéchoise 69
Photo 4: Défilé épigénique de Saint-Vallier, photo aérienne prise en direction du Sud 70
Photo 5: Plaine du nord de Valence et coteau ardéchois en arrière plan 70
Photo 6: Cabane d'emballage et terrain en déprise dans la vallée de l'Eyrieux 82
Photo 7: Complémentarité arboriculture-viticulture dans le Nord Drôme 82
Photo 8: Infrastructure traditionnelle d'irrigation dans l'Eyrieux 82
Photo 9: Vergers récents de différents âges dans le Sud Drôme 82
Photo 10: Vergers au cœur des villages du plateau nord-ardéchois 82
Photo 11: Localisation des vergers du Nord Ardèche sur la rive du Rhône 82
Photo 12: Abricotiers co-plantés avec une vigne 102
Photo 13: Abricotiers co-plantés avec des légumes (choux fourragers, cardons) 102
Photo 14: Marché de production de Larnage, 1960 114
Photo 15: Mussy et cagette à pêche de la Vallée de l'Eyrieux 114
Photo 16: Magasin de producteur, en bord de route 264
Photo 17: Stand de vente directe de producteur 264
Photo 18: Panneau affiché à l'intérieur d'un magasin de producteur 264
Photo 19: Panneau à l'entrée d'un magasin de producteur 264
Photo 20: Producteurs vendeurs attendant les acheteurs 285
Photo 21: Entrée des acheteurs dans la zone des producteurs 285
Photo 22: Véhicules des vendeurs à Pont-de-l'Isère 288
Photo 23: Véhicules des vendeurs à Pont-de-l'Isère (2) 288
Photo 24: Petit grossiste acheteur à Pont-de-l'Isère 290
Photo 25: Les acheteurs particuliers attendent l'ouverture 302
Photo 26: Allée des vendeurs destinée aux acheteurs particuliers 302
Photo 27: Pomme géante à l'entrée de Bougé-Chambalud 327
Photo 28: Plan du village de Chateauneuf-sur-Isère 327
Photo 29: Vergers sur une fresque murale 327
Photo 30: Panneau d'entrée du village de Champagne (Ardèche) 327

Table des Tableaux

Tableau 1: Grille d'analyse des interrelations entre bassin de production et espace 22
Tableau 2: Typologie des formes de valorisation territoriale observées dans la bibliographie 27
Tableau 3: Echantillonnage de l'enquête systématique du bassin de production réalisée en 2006 31
Tableau 4: Echantillonnage de l'enquête des acteurs des collectivités territoriales réalisée en 2006 32
Tableau 5: Echantillonnage de l'enquête des initiatives collectives 33
Tableau 6: Caractéristiques de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône 49
Tableau 7: Les expéditeurs privés et les coopératives de la Moyenne Vallée du Rhône en 2006 55
Tableau 8: Activités pratiquées par les exploitations fruitières de la Moyenne Vallée du Rhône 83

Tableau 9: Types et localisation des clients des expéditeurs de la Moyenne Vallée du Rhône (2002-2006) 87
Tableau 10: Espèces cultivées en 1924 dans le pôle fruitier rambertois 103
Tableau 11: Destination des pêches de Saint-Laurent-du-Pape en 1932 106
Tableau 12: Chronologie de la création des coopératives fruitières 116
Tableau 13: Arboriculteurs ayant pris des responsabilités institutionnelles 122
Tableau 14: Les présidents successifs de la FNPF et leur département d'origine 123
Tableau 15: Place de la production fruitière de Rhône-Alpes parmi la production française, 1975. 127
Tableau 16: Structure du verger par région (1962-64) 138
Tableau 17: Evolution des opérateurs de l'expédition du bassin entre 2002, 2006 et 2009 ... 148
Tableau 18: Bilan des AOC et IGP existantes dans la filière fruits au 1er octobre 2009 167
Tableau 19: Représentations de la ressource dans les réseaux préexistants 173
Tableau 20 : Les deux stratégies s'exprimant en Moyenne Vallée du Rhône 176
Tableau 21: Ressources mobilisées selon les pratiques de commercialisation 189
Tableau 22: Définition des cinq profils-types de stratégie de valorisation et les ressources mobilisées 190
Tableau 23: Caractéristiques des exploitations du Type 1 192
Tableau 24: caractéristiques des exploitations du type 2 197
Tableau 25: caractéristiques des exploitations du type 3 205
Tableau 26: caractéristiques des exploitations du type 4 211
Tableau 27: caractéristiques des exploitations du type 5 215
Tableau 28: Les 5 profil-types des stratégies de valorisation des exploitations 223
Tableau 29: Pratiques de commercialisation des exploitations en 1980 et 2006 227
Tableau 30: Evolution du nombre de pratiques par exploitation entre 1980 et 2006 228
Tableau 31: Livraisons d'abricots selon les débouchés en 2007 237
Tableau 32: Petits grossistes valorisant la connaissance des terroirs fruitiers 274
Tableau 33: IAA spécialisées dans les fruits de la Moyenne Vallée du Rhône 277
Tableau 34: Prix du marché de Chanas, affichés le 25 juillet 2007 286
Tableau 35: Différentes zones de vendeurs du marché de Pont de l'Isère 287
Tableau 36: Estimation des volumes de fruits achetés par circuits de distribution 309
Tableau 37: Les trois profils-types de consommateurs valentinois 315
Tableau 38: Actions de développement territorial mobilisant des éléments liés à l'arboriculture (juin 2006) 328
Tableau 39: Démarches des collectivités territoriales en soutien à l'arboriculture (juin 2006) 331
Tableau 40: Connaissances des arboriculteurs vis-à-vis des collectivités territoriales (juin 2006) 337
Tableau 41: Chronologie des actions de médiation menées par le collectif « MFR d'Anneyron » 351
Tableau 42: Les quatre types de circuits de proximité de la Moyenne Vallée du Rhône 371

Table des Annexes

Annexe 1: Protocole d'enquête systématique de la Moyenne Vallée du Rhône (établie en mars 2006)
Annexe 2: Guide d'entretien pour les arboriculteurs (mars 2006)
Annexe 3: Guide d'entretien type pour les OP (mars 2006)

Annexe 4 : Les formations géologiques de la Moyenne Vallée du Rhône
Annexe 5: Coupes topographiques de la Moyenne Vallée du Rhône
Annexe 6: Recensement des ressources territoriales mobilisées dans les pratiques de vente à l'échelle régionale (réalisation hiver 2006-2007)
Annexe 7: Recensement des ressources territoriales mobilisées dans les pratiques de vente à l'échelle nationale (réalisation hiver 2006-2007)
Annexe 8: Recensement des ressources territoriales mobilisées dans les pratiques de vente avec délégation de la mise en marché pour l'expédition, et tableau toutes pratiques confondues (réalisation hiver 2006-2007)
Annexe 9: Tableaux bilan du chiffre d'affaires, des charges de mise en marché et de la marge partielle par débouché
Annexe 10: Tableaux bilan du chiffre d'affaires, des charges de mise en marché et de la marge partielle par débouché avec estimation des proportions de calibres
Annexe 11: Tableaux bilan des charges réelles de mise en marché et de la marge partielle réelle par débouché
Annexe 12: Caractéristiques des 31 exploitations pratiquant la vente directe (enquêtes personnelles 2006-2007)
Annexe 13: Caractéristiques détaillées des exploitations pratiquant la vente directe (enquêtes personnelles 2006-2007)

Table des Matières

REMERCIEMENTS **4**

SOMMAIRE **5**

INDEX DES SIGLES UTILISES **7**

INTRODUCTION **10**
Genèse du sujet 11
Construction théorique de la recherche 12
Appareillage conceptuel : bassin de production - ressources territoriales 17
Le concept de bassin de production 17
La notion de territoire 19
La notion de ressource territoriale 23
Question de recherche et hypothèse 25
Posture méthodologique inductive 25
Observation suivie et participante (2005-2009) 28
Délimitation du terrain (2005-2006) 29
Enquête systématique de l'articulation bassin de production-territoires (2006) 29
Approfondissements thématiques ou locaux (2007) 34
Validation des tendances observées (2008-2009) 35
Bilan cartographié des enquêtes 37
Discussion de la méthode 38
Annonce du plan 39

PREMIERE PARTIE - L'ARBORICULTURE DE LA MOYENNE VALLEE DU RHONE, DE LA CONSTRUCTION DU BASSIN DE PRODUCTION A SES REMISES EN QUESTION **40**

Chapitre 1 : Le bassin de production en 2006, une logique organisationnelle pour valoriser la diversité de la production **41**
I. La filière arboricole de la Moyenne Vallée du Rhône 42
1. Caractérisation de la production fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône 42
a) Délimitation de l'espace « arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône » 43
b) Caractérisation de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône 45
2. Le système production-distribution-consommation de la Moyenne Vallée du Rhône 50
a) Les opérateurs situés dans la Moyenne Vallée du Rhône : production et première mise en marché 51
b) Les opérateurs externes à la Moyenne Vallée du Rhône : l'aval 57
3. Le système d'encadrement de la filière 60
a) L'organisation économique et les OP 60
b) Les organisations professionnelles agricoles 65
c) Volonté professionnelle locale d'agir à l'échelle de la Moyenne Vallée du Rhône 65
II. Un espace et des arboricultures diversifiés 67
1. Un espace de carrefours naturels et humains 67
a) Carrefour topographique et pédo-climatique 68
b) Carrefour de voies de communications d'échelle européenne 71
c) Carrefour socio-économique à dynamique d'urbanisation 73
2. Un « mille-feuilles » territorial polarisé par l'axe rhodanien 74
a) Le « mille-feuilles » territorial de la Moyenne Vallée du Rhône 74
b) La polarisation par l'axe rhodanien 75
3. Une arboriculture plurielle, adaptée à la diversité des espaces 79

a) Le Sud-Drôme 79
b) Le Sud-Ardèche 79
c) Le Nord-Drôme 80
d) Le Nord-Ardèche 81
4. Des liens arboriculture-territoires géographiquement différenciés 83
III. Une logique de fonctionnement : valoriser la diversité en l'assemblant pour l'expédition 84
1. Prédominance et exigences des marchés d'expédition 84
a) Prédominance des marchés d'expédition 85
b) L'exigence des marchés d'expédition : homogénéité, volumes, durée, gamme, normes… et prix ... 85
2. « Gestion » de la diversité par les opérateurs de l'expédition 88
a) Répartition géographique de l'approvisionnement pour constituer la gamme 88
b) Trois manières de traiter la diversité par les opérateurs d'expédition 88
Stratégies visant un approvisionnement homogène : modèle de la délégation 88
Stratégies valorisant la diversité de l'approvisionnement : modèle de la fédération 89
Modèle « clubs » avec sélection des producteurs 89
c) Les unions commerciales des OP coopératives pour minimiser les charges commerciales 90
3. Un bassin de production structuré par et pour l'expédition 91
a) Les stations d'expédition, centres structurants du bassin 91
b) Le maillage du bassin par les différents types de metteur en marché 92
c) Une ressource organisationnelle pour l'expédition 96

Chapitre 2 : La construction du bassin de production pour l'expédition 98
I. Emergences locales de production fruitière pour l'expédition (1900-1950) 99
1. L'émergence : des dynamiques d'acteurs fondées sur des savoir-faire spécifiques localisés 99
a) Le « pôle rambertois » ou l'art de l'arboriculture sèche diversifiée 100
b) Le pôle de l'Eyrieux ou l'art de la monoculture de pêche irriguée 104
2. L'expansion de la « culture fruitière » de la Moyenne Vallée du Rhône 107
a) L'expansion de l'activité de production-expédition fruitière 107
b) Professionnalisation des métiers associés 109
c) Une culture – mode de vie : impacts de la révolution arboricole dans la vie économique et sociale 110
3. Un bassin de production arboricole 112
II. Structuration politico-administrative du bassin de production pour l'expédition (1950-1980) 115
1. L'organisation de la production encouragée par les politiques nationales et communautaires 115
a) La coopération pour mieux organiser l'expédition 115
b) La « normalisation » pour faciliter les transactions à distance 117
c) Allongement et complexification des filières d'expédition de fruits 119
2. L'instauration d'un système d'encadrement pour un modèle productif unique en Moyenne Vallée du Rhône 121
a) Prise de pouvoir institutionnelle multi-scalaire des arboriculteurs 121
b) Outils de diffusion du modèle de production-expédition 124
c) Un modèle productif unique : production-expédition standardisée 125
III. De l'expansion du bassin à la délocalisation des productions (1980-1990) 128
1. Expansion des vergers et dissémination du modèle productif 128
2. De l'expansion à la délocalisation des vergers vers le sud 129
3. Un bassin de production-expédition ou un centre d'expédition ? 130

Chapitre 3 : Un bassin de production en tension entre dilution et morcellement territorial (1990-2009) 134
I. Dilution du bassin de production-expédition dans la filière française : tension centrifuge 135
1. Perte de compétitivité de la Moyenne Vallée du Rhône dans le marché européen 135
a) Concurrence de la production nationale 135
b) Ouverture du marché européen 138
c) Concentration de l'aval : le pouvoir des centrales d'achat 141
d) La crise de la sharka en Moyenne Vallée du Rhône et la perte de confiance en l'avenir 143
2. Un bassin de production-expédition dilué dans la filière nationale 144
a) Une « déterritorialisation » de l'organisation de la filière 144
b) Des stations d'expédition qui s'inscrivent dans la filière nationale 147

II. Morcellement territorial par les initiatives de différenciation : tensions centripètes 150
1. Quelle échelle pour une IGP ? 152
a) Les projets d'IGP pêches-nectarines : des dynamiques territoriales diluées dans le bassin 152
i. La pêche de l'Eyrieux : un projet de territoire 152
ii. La pêche du Pays de Châteauneuf : un projet de producteurs 154
iii. L'IGP « pêche-nectarine de la Drôme : dilution de la dynamique 156
b) Le projet d'IGP abricot Bergeron de l'Ardèche 157
i. De la commercialisation de cerises et abricots sous la marque « Montagne de l'Ardèche »… 158
ii. … Au projet d'IGP pour l'abricot « Bergeron de Haute Ardèche » 159
c) L'impossible échelle pertinente ? 161
2. Les marques territoriales : inefficacité des délimitations administratives 162
a) La marque collective « Goûtez l'Ardèche », découpage départemental 163
b) L'identifiant « Rhône-Alpes », découpage régional 164
III. La rencontre entre tensions centrifuges et centripètes : immobilisme et conflits dans le bassin de production 166
1. Immobilisme quant à l'élaboration d'un référentiel AOC/IGP 166
a) Bilan des démarches IGP et AOC existantes en fruits 167
b) Difficultés pour la production fruitière d'accéder aux IGP/AOC 169
2. Conflits quant à la définition de la différenciation à construire 171
a) Reconnaissance collective d'une ressource : cadre théorique 172
b) Influence des réseaux professionnels sur la reconnaissance collective de la différenciation 173
3. Opposition entre tensions centripètes et centrifuge 174
a) Deux types de stratégie d'acteurs 175
b) Conflit et dépendance entre producteurs et expéditeurs 176
c) Un effet de divisions internes au bassin 177

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE 180

DEUXIEME PARTIE STRATEGIES DE VALORISATION DES ARBORICULTEURS, ENTRE CIRCUITS D'EXPEDITION ET CIRCUITS DE PROXIMITE 182

Chapitre 4 : Typologie des stratégies de valorisation des exploitations 184
I. Cinq profils-types de stratégie de valorisation qui combinent différentes ressources 186
1. Les ressources territoriales mobilisées selon les pratiques de commercialisation 186
a) Ressources organisationnelles et différenciatives 186
b) Complémentarité des ressources selon les pratiques de commercialisation 188
2. La construction des profils-types de stratégies de valorisation 189
3. Définition des différents circuits de commercialisation 191
II. Les stratégies d'exploitation inscrites dans les circuits d'expédition 192
1. Type 1 : la délégation totale de la mise en marché 192
a) Construction de la valeur ajoutée au verger par des stratégies technico-économiques pointues .. 192
b) Proximité institutionnelle fondée sur les réseaux sociaux hérités 194
c)Proximité géographique : un atout pour la bonne gestion des fruits frais 195
2. Type 2 : Expédition nationale – export 197
a) Mutualisation des charges de commercialisation autour d'une même stratégie de qualité 197
i. Cas où la fonction de commercialisation est internalisée 198
ii. Cas des exploitations qui externalisent la fonction commerciale 199
b) Ressources organisationnelles : organisations collectives de vente à échelles variables 200
3. Des ressources organisationnelles fondées sur les proximités entre producteurs et metteurs en marché 202
III. Les stratégies d'exploitation combinant circuits d'expédition et régionaux 205
1. Type 3 : Expédition et vente directe en complément 205
a) Deux manières de répartir les fruits entre l'expédition et la vente directe 205
i. La vente directe pour les « écarts de tri » 206
ii. La production de fruits dédiés à la vente directe 206

b) Complémentarité entre les qualités valorisées par l'expédition et par la vente directe 208
2. Type 4 : Expédition et vente aux intermédiaires régionaux 210
a) Stratégies fondées sur la combinaison de plusieurs débouchés 211
i. Les exploitations dont la vente sur les circuits d'expédition est dominante 211
ii. Les exploitations dont la vente aux détaillants régionaux est dominante 212
b) Proximité producteurs-distributeurs permettant une qualité supplémentaire et un service..... 213
3. Type 5 : vente directe dominante, expédition en complément 215
a) Des exploitations petites à moyennes 215
b) Equilibre entre des charges minimum et une valorisation optimisée 216
c) Complémentarité avec les circuits d'expédition locaux pour écouler le surplus..... 217
4. La complémentarité des circuits d'expédition et des circuits régionaux, une ressource à quelles conditions ? 219

Chapitre 5 : L'évolution des pratiques de commercialisation, entre relocalisation et territorialisation des circuits de vente 225
I. L'évolution des pratiques de commercialisation au sein des exploitations 226
1. Une diversification des pratiques de commercialisation..... 226
2. Recherche de valeur ajoutée et désengagement du modèle d'expédition..... 229
II. Des circuits régionaux plus rémunérateurs que l'expédition ? Etude de cas..... 234
1. L'exploitation et ses débouchés pour l'abricot..... 234
a) Une exploitation et deux grands types de débouchés 235
b) Répartition des abricots selon les débouchés (saison 2007)..... 236
2. Comparaison des marges partielles des débouchés..... 242
a) Analyse des charges par débouché..... 242
b) Marge partielle obtenue par grand type de débouché 245
c) Considération des autres petites charges fixes..... 246
3. Discussion : entre évaluation théorique et considérations pratiques..... 247
a) Comparaison entre marge théorique et marge réelle..... 247
b) Un fonctionnement reproductible ?..... 250
III. La vente directe, une pratique qui favorise la territorialisation ?..... 253
1. Un phénomène en développement comme alternative aux circuits d'expédition 253
a- Des exploitations aux pratiques anciennes, assumées comme « sortie » du modèle dominant 253
b- Des exploitations récemment investies dans la vente directe, comme recherche de solution face à un modèle en crise 256
2. La proximité producteurs-consommateurs : spécification d'une offre pour la vente directe 258
a) La construction d'une offre spécifique adaptée aux demandes des consommateurs 258
i. Les caractéristiques spécifiques de l'offre de proximité..... 258
ii. Adaptation aux demandes des consommateurs : la construction d'une offre de proximité..... 259
b) Viabilité des exploitations renforcée par la proximité producteur-consommateur..... 262
3. Mobilisation progressive des liens au territoire comme ressources différenciatives 263
a) La suprématie de la référence au « *producteur* »..... 263
b) Autres attributs du territoire pour différencier l'offre et renforcer son attractivité 265
4. Des limites au développement difficiles à surmonter sans une dimension collective 267
a) Contraintes organisationnelles : temps de travail, accessibilité, variation des volumes..... 267
b) Vente directe et organisation collective ? 268

Chapitre 6 : Approche des opérateurs intermédiaires des circuits de proximité 272
I. Les grossistes et les petites IAA locales, opérateurs valorisant la « proximité » de la production 273
1. Les stratégies de valorisation de la production locale par les grossistes, quand proximité rime avec connaissance 273
a) Des « petits » grossistes spécialistes du haut de gamme et des délais courts 273
b) La connaissance des terroirs et des producteurs, une ressource sous le sceau du secret professionnel 275
2. Les stratégies de valorisation de la production locale par les I.A.A., quand proximité rime avec maitrise de la qualité et valeur environnementale 276
a) La proximité géographique entre production et transformation, ressource devenue insuffisante dans le marché international..... 278

b) La proximité comme co-construction d'une qualité spécifique, pour le haut de gamme ou pour le marché régional 279
c) Relocaliser l'approvisionnement des IAA, une manière de valoriser la ressource environnementale 281
II. Les marchés de production, d'une fonction d'expédition à une fonction d'approvisionnement du marché de détail régional 284
1. Le fonctionnement des marchés locaux de production 284
a) Le principe de la vente de gré à gré 284
b) Le marché de Chanas, un outil géré par les producteurs 286
c) Le marché de Pont-de-l'Isère, une gestion municipale volontariste 287
2. Un centre d'approvisionnement pour le marché de détail régional 289
a) D'un marché producteurs-expéditeurs nationaux à un marché producteurs-détaillants régionaux 289
b) Analyse de la fréquentation du marché de Pont-de-l'Isère : la confirmation d'un renouvellement des usagers acheteurs 291
c) Motivations des acheteurs régionaux : la fraîcheur, l'achat direct aux producteurs, la localisation 295
3. Pour les producteurs : un « lieu d'ajustement » commercial au cœur du bassin 297
a) Evolution des producteurs-vendeurs : offre d'une production diversifiée venant d'exploitations moyennes, de tout le bassin 297
b) L'usage du marché par les producteurs, un lieu d'ajustement commercial accessible et flexible ... 298
4. L'attractivité pour les particuliers, témoin d'une demande locale forte… 300
a) L'attractivité pour les particuliers… un problème actuel 300
b) Une opportunité à développer ? L'exemple du marché de Vourles 302
5. d'un marché de production pour l'expédition nationale à un marché de production pour les circuits de détail régionaux 304
III. Des consommateurs locaux et un marché à développer… des proximités à mieux valoriser 307
1. La demande régionale pour les fruits de circuits courts 307
a) Estimation des achats de fruits sur les circuits courts et sur les marchés 307
b) Attentes spécifiques des consommateurs régionaux : intérêt pour le producteur par défaut d'information sur la provenance 309
2. En Moyenne Vallée du Rhône, caractéristiques sociodémographiques et culturelles favorables à la consommation de fruits en circuits courts 311
a) Dynamique sociodémographique favorable à la consommation de fruits en circuits courts 311
b) Une culture locale de la consommation de fruits frais et d'achats en circuits de proximité 312
3. Cas des consommateurs valentinois : un marché local à développer à condition d'une meilleure praticité et de renouer la confiance 314
a) Les trois profils-types de consommateurs locaux 315
i. Achats de fruits locaux dominant ou exclusif (au moins en saison) 316
ii. Achats de fruits locaux complémentaires d'une consommation standard 317
iii. Pas d'achat de fruits locaux 318
b) Un lien à renouer entre production et consommateurs-habitants 319

Chapitre 7 : Proximité production-consommation et collectivités territoriales, des enjeux convergents mais un partenariat difficile à construire 325
I. Deux grands types d'interventions des collectivités territoriales envers l'arboriculture 326
1. L' « arboriculture » érigée au rang d'objet identitaire valorisant pour les territoires administratifs ... 326
a) Un objet identitaire pour les collectivités territoriales du cœur du bassin… et à défaut de mieux . 326
b) Un argument d'attractivité pour les collectivités territoriales 329
2. L'« arboriculture » comme objet à développer pour les territoires administratifs 330
a) Des soutiens financiers et de protection du foncier pour l'arboriculture dans une logique guichet 332
b) Des soutiens traduisant une arboriculture désirée autre que celle du modèle d'expédition 332
3. Résultats limités de ces démarches et incohérence entre échelles territoriales et échelle du bassin de production 334
II. Des professionnels qui n'adhèrent que rarement aux projets des territoires 336
1. La grande confusion territoriale : méconnaissance des professionnels vis-à-vis des collectivités territoriales 336
a) Pour les arboriculteurs non avertis : méconnaissance 337
b) Les arboriculteurs les plus avertis : responsables municipaux et responsables professionnels 338

2. Pour les plus avertis : difficulté de passer de la logique « guichet » à la logique « projet » 340
a) Manque de connaissances en « ingénierie territoriale » de la part des responsables professionnels 340
b) Crainte et manque de reconnaissance exprimées par les arboriculteurs 341
3. Jeux de pouvoirs institutionnels : concurrences et partenariats autour du « pré-carré agricole » 342
a) Ardèche : territorialisation de la Chambre d'agriculture et lien avec les politiques territoriales 342
b) Drôme : oppositions entre collectivités territoriales et OPA sur fond de luttes syndicales 343
c) Tendance actuelle : entre ouverture et désengagement des collectivités territoriales envers l'agriculture 345
III. L'exemple de la dynamique Fruits-Territoires de la MFR d'Anneyron : analyse d'une action de médiation entre arboriculture et territoire 346
1. Les conditions de la médiation 347
a) Une organisation originale entre arboriculteurs-MFR-collectivités territoriales 347
i. Lien organique MFR - collectivités territoriales : rôle des acteurs multicasquettes 347
ii. Lien de confiance MFR - arboriculteurs : formation et engagement constant 348
b) Chronologie de la médiation : accumulation d'actions diffuses aux effets convergents 349
i. Phase des fondations : construire les conditions d'une réflexion commune 350
ii. Phase des tâtonnements : affiner la réflexion institutionnelle mais manque de relais professionnels 352
2. Un « déclic » ? La dynamique autour des « Entretiens du Terroir » en Valloire 354
a) Le déclic organisationnel : l'intégration des arboriculteurs dans le débat sur un projet territorial. 355
b) Le déclic socioculturel : la reconnaissance collective d'une ressource territoriale 356
3. Des limites, quand projet territorial et organisation commerciale se télescopent 358
a) Le constat de la fête de la Poire 2008 : absence de valorisation commerciale des fruits 358
b) Quelle adéquation d'une démarche Valloire avec les logiques commerciales préexistantes ? 359

CONCLUSION DEUXIEME PARTIE 362

CONCLUSION GENERALE 364
La notion de circuits de proximité pour les fruits 366
Une ressource : la proximité production-consommation 368
Des consommateurs demandeurs des qualités permises par les circuits de proximité 368
Connaissances et réseaux informels des professionnels locaux 369
Une ressource entre tension et complémentarité avec les circuits d'expédition 372
Une ressource fragile… Des limites à dépasser par l'organisation collective ? 373
Application empirique : accompagner la diversité 376
Analyser les nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture 377
Différentes formes de valorisation territoriale 378
Les conditions de la construction d'une valorisation territoriale 381
Discussion de la méthode et nouvelles perspectives 383

BIBLIOGRAPHIE 386

TABLES DES ILLUSTRATIONS 395
Table des Cartes 395
Table des Figures 395
Table des Photographies 397
Table des Tableaux 397
Table des Annexes 398

TABLE DES MATIERES 400

ANNEXES 407

Annexes

Annexe 1: Protocole d'enquête systématique de la Moyenne Vallée du Rhône (établie en mars 2006)

Ce que l'on veut savoir : 3 Grands objectifs déclinés en 6 sous-objectifs :

Description précise du terrain (relative à l'arboriculture) :

Logiques sectorielles

Vs

Logiques territoriales

1) Décrire le bassin de production (sa construction et sa dynamique actuelle)
- Niveau de précision : détaillé
- Méthode : analyse stats (carto) + entretiens (acteurs de la filière + OPA)

2) Connaitre les acteurs de la filière arbo et leurs stratégies
- Niveau de précision : détaillé mais non exhaustif (échantillonnage nécessaire)
- Méthode : entretiens (acteurs de la filière + OPA)

3) Connaitre le positionnement des institutions et organismes territoriaux par rapport à l'arboriculture
- Niveau de précision : détaillé
- Méthode : entretiens, étude des documents d'objectif des CDRA et des publications des ces organismes, observations de terrain (collectivités territoriales)

Analyse des réseaux sociaux d'innovation (pour sortir de la crise)

Quels liens au territoire ?
Quelles ressources mobilisées ?
Quels espaces d'action ?

Quelles rencontres possibles entre collectivités territoriales et acteurs économiques ?

4) Identification et analyse des réseaux porteurs de dynamiques cherchant des voies de sortie de crise.
- Niveau de précision : détaillé
- Repérage : identification de ces réseaux par les entretiens exploratoires déjà réalisés et par les entretiens des acteurs de la filière arbo et des institutions territoriales
- Méthode : entretiens des acteurs « porte-parole » et d'autres membres du réseau, observation de réunion de groupe ou de lieu de discussion.
- Objectifs : identifier l'idée neuve (= nouvelle stratégie pour sortir de la crise), voir si des ressources territoriales sont mobilisées, (si elle est territoriale ou aterritoriale), et les moyens utilisés pour propager cette idée auprès d'autres acteurs (enrôlement, mondes de justification). *Voir les réseaux sociaux d'innovation (Callon, Latour) ; ordres socio-économiques (Aggeri & Hatchuel).*

Recherche d'opportunités pour de nouvelles formes de valorisation des fruits
- *plurisectorielle*
- *nouvelle demande*

5) Repérer les complémentarités éventuelles avec d'autres secteurs locaux
- Niveau de précision : exploratoire
- Méthode : entretiens (représentants des secteurs économiques + acteurs particulièrement influent sur la zone)

6) Connaitre les consommateurs et la demande relative aux fruits, interne et périphérique au terrain étudié : perceptions, critères de choix et demande par rapport à d'autres types de qualification que la seule qualification industrielle
- Niveau de précision : assez détaillé
- Méthodes : entretiens et enquêtes (habitants/consommateurs d'espaces urbains proches ; de la Drôme des Collines ; de commerces de fruits) réalisés par les étudiants de l'ISARA-Lyon et de la MFR d'Anneyron.

Annexe 2: Guide d'entretien pour les arboriculteurs (mars 2006)
(Double objectif : description des sous espaces et des stratégies individuelles)

<u>Thème A : Description de l'arboriculture de leur « région »</u>

1. Racontez-moi l'arboriculture locale…

>Caractéristiques des différentes zones

>Représentations spatiales des arbo

- description de l'arbo du sous espace (espèces, variétés, types d'exploitation et de commercialisation, pratiques), de son histoire, ses particularités

- description des arboriculteurs et de leurs relations : les arbo sont-ils plutôt organisés ou non ? y a-t-il une cohésion, des groupes d'entraides ?
- qui sont les leaders locaux ?

- description du sous espace : quelle échelle spatiale est évoquée spontanément pour parler de l'arbo locale
- quels déterminants permettent de délimiter l'espace décrit
- replacer l'espace décrit dans l'ensemble de la MVR : quelles différences, quels liens ?
- replacer la MVR dans l'ensemble de l'axe Marseille-Lyon-Paris : quelle place, quels interrelations, interdépendances, concurrences…

<u>Thème B : Description de leur métier d'arboriculteur (passé – présent- avenir)</u>

1. Pouvez-vous me décrire votre parcours pour arriver au métier d'arboriculteur que vous exercez aujourd'hui ?
- parcours de vie, origine, formation, pourquoi ce métier, pourquoi ici, quelle conception du métier d'arboriculteur…
- histoire de l'exploitation : stratégies passées, stratégies actuelles, quels choix de développement, quels conseils ont été suivis…

2. Description de l'exploitation et du fonctionnement actuel
- activité actuelle : productions fruitières (espèces, variétés), surfaces, autres activités agricoles et non agricoles, main d'œuvre. Répartition du revenu selon les différentes activités.
- Pratiques de production : cahier des charges, démarches qualité, PFI…
- Quels sont les fournisseurs (et où) : pépiniéristes, produits phyto, matériel…
- Centre de gestion ?

3. Commercialisation et stratégies de valorisation
- quelle(s) commercialisation(s) : quels volumes de quels fruits partent par quelles voies (Coop, expé, marché…) ? Comment ces réseaux se sont-ils mis en place ?
- si vente au détail, liens avec les réseaux touristiques ?
- liens avec les restaurateurs ? les autres secteurs économiques (agri, tourisme, artisanat…) ?
- avantages et inconvénients de chaque forme de commercialisation, complémentarité des systèmes sur l'exploitation ?
- quelle valorisation des différentes qualités des fruits
- satisfaction de ce système ?

4. On entend sans cesse parler de crise pour les fruits, qu'est-ce que cela signifie pour vous ? Est-ce que vous pouvez m'expliquer comment vous le ressentez sur l'exploitation et dans la vie ?

- perceptions et effets de la crise
- quels sont, pour eux, les principaux problèmes ?

Comment vous réagissez à cette situation ?

- stratégies au niveau de l'exploitation : nouvelles formes de commercialisation, restructuration de l'activité fruitière, réduction des charges, nouvelles productions, diversification …
- investissement personnels dans de nouveaux réseaux, réflexions, projets…

5. Comment voyez-vous l'avenir pour l'arboriculture, en général et pour vous en particulier ?

- perception de l'avenir : craintes, risques, idées, opportunités, freins
- cela passera-t-il par une restructuration de l'organisation existante ? concentration des exploitations ? solidarités ? innovation ? nouvelle qualification ?...

<u>Thème C : Description de leurs relations/réseaux</u>

Pour chaque type de relation évoquée, ce schéma de questionnement sera adapté :
Connait l'existence et l'objet de l'organisation ?
Quel niveau de relation ? *aucune, connaissance, dialogue, implication, responsabilités, opposition…*
Comment c'est arrivé ? *quelle rencontre, quel évènement, quels supports…*
Pour quelles raisons ? *rassemblement autour de questions communes (technique, main d'œuvre…), de valeurs communes (syndicats…), de proximité géographique, d'un projet…*
Quelle forme d'échange ? *informel, formel (quelle formalisation : commission, association…)*
Quels sont les points positifs et négatifs de ces structures/organisations ?
Quelles autres personnes sont impliquées ?

1. Quelles sont vos relations avec les autres arboriculteurs ou agriculteurs ?

-connaissance, entente, échanges conseils ou techniques, concurrence, entraide…
-quels sont les **points qui les rassemblent** : la technique, la main d'œuvre, la proximité géographique, certaines valeurs, un syndicat, un projet…
-quels sont les **points de divergence** : commerce…
-d'où sont les agri/arbo avec qui il a le plus d'échanges : localisation du(des) réseau(x)

2. Avez-vous des responsabilités dans le milieu agricole ?

-syndicats, association, BRM, Comité stratégique

[Si oui] Qu'est-ce qu'y vous y a amené ?

-origine de l'engagement : pourquoi et comment
-aujourd'hui, quel projet défendez vous ?
-arrivez vous à fédérer des agri autour de vous : comment, alliés, opposants

[Si non] Pourquoi ?

-pas intéressé par projets, manque de temps, problèmes de personnes…

3. D'où vous vient l'information technique ? Ou, où la cherchez-vous ?

-réseaux techniques : SEFRA, SPV, Zoom arbo, technicien des Chambres, Coop ou OP…

-sources personnelles : connaissances perso, autres documentations, échanges avec des arboriculteurs ou des personnes compétentes

-démarche volontaire (sollicite plutôt l'info) ou plus passive

4. Que pouvez-vous me dire des organisations agricoles suivantes :

	Type de relation : aucune, connaissance (de l'organisation, de son objet), dialogue, implication, opposition…	**Pourquoi** cette relation et **opinion** (points positifs et négatifs)	**Comment et par qui/quoi** s'est-elle mise en place	**Lieu/forme d'échange** : informel, formel (commission…)	**Autres personnes** impliquées : arbo, agri, élus, autres
Système OP					
BRM					
Comité stratégique					
Fruit Plus					
Chambre d'Ag					
SEFRA					
FNPF					
MFR Anneyron					
…					

5. Avez-vous des engagements extérieurs au milieu agricole ?

-autre activité pro, associations, élu

6. Quelles relations avez-vous avec les collectivités locales ?

	Type de relation : aucune, connaissance, dialogue, implication…	**Objet** de la relation : lié à l'arbo (foncier, MO, soutien à investissement…) ou non	**Comment et par qui/quoi** s'est-elle mise en place.	**Lieu/forme d'échange** : informel, formel (commission…)	**Autres personnes** impliquées : arbo, agri, élus, autres
Commune					
Com com					
SM / Pays					
Départe ment					
Région					
…autres					

Thème D : Recherche d'initiatives pour sortir de la crise

1. Connaissez-vous des exemples d'initiatives qui cherchent à sortir de la crise actuelle ?

Repérage de réseaux d'innovation

- lesquels, où, par qui, quel intérêt, qu'en pense-t-il ?
- comment les a-t-il connus ? Serait-il prêt à s'y investir, à suivre le mouvement, à faire la même chose chez lui ?

Thème E : Présentation de l'interviewé

Nom & Prénom
Age
Lieu d'habitation
Siège de l'exploitation
Description de la famille :
Profession du conjoint :
Situation des enfants :
Combien comptez-vous d'arboriculteurs ou d'agriculteurs dans votre famille proche (grand-parents, parents, oncles/tantes, frères/sœur, cousins, enfants, neuveux) ?

Annexe 3: Guide d'entretien type pour les OP (mars 2006)

Documents fournis : liste des adhérents et localisation et structure d'exploitation ?	
Informations issues des entretiens de juin 2002 (PSDR)	**Situation en avril 2006 (enquête personelle)**
Description de l'OP	
Structure de l'OP	
Histoire **Localisation** **Statut** **Président** **Directeur** **<u>Taille :</u>** **MO employée** **Produits et volumes commercialisés** **Structures associées**	
Fonctions de l'OP	
Tri **Conditionnement** **Commerciales** **Techniques** **Orientation-conseil aux exploitations**	
Adhérents et fournisseurs	
<u>Adhérents :</u> **Nombre d'adhérents et localisation** **Type de production et d'exploitations**	

Evolution de ces caractéristiques **Relations avec adhérents :** **Fréquence** **Lieu, forme (réunion, sur la plate-forme)** **Conseil technique** **Orientation de la production** **Autres fournisseurs**	
Clients et stratégies commerciales	
<u>Clients :</u> **répartition des volumes et produits selon clients** **clients locaux ?** **vente directe ?** **<u>stratégie commerciale</u> :** Objectifs économiques et sociaux ➢ **<u>Produit</u>** - Comment **positionner** vous votre produit par rapport aux produits similaires ? *(Haut de gamme, univers différent…)* - Avez-vous défini une **cible** de consommateur ou un marché cible ? (*Jeunes, femmes, hommes, familles, seniors, aisés ou tourisme, local, export…)* - Avez-vous une **gamme** de produits diversifiés ? - Créez-vous de **nouveaux produits** ou faites vous évoluez vos produits existants ? Et si oui : *- a quelle fréquence ?* *- pourquoi et comment (adaptation à la demande acheteurs et*	Signes de reconnaissance ? Organisation de ces circuits de distribution (depuis quand, motivation, pilote, difficultés) Formation du prix Dans les circuits que vous avez choisi de privilégier, pouvez-vous nous expliquer les raisons de ce choix ? *- quels sont les avantages et inconvénients ?* - s'il est en collectif, tirer vous un avantage commercial à être dans une démarche collective ? *-La distribution en est-elle facilitée ?* *-Avez-vous eu accès à de nouveaux marchés ?*

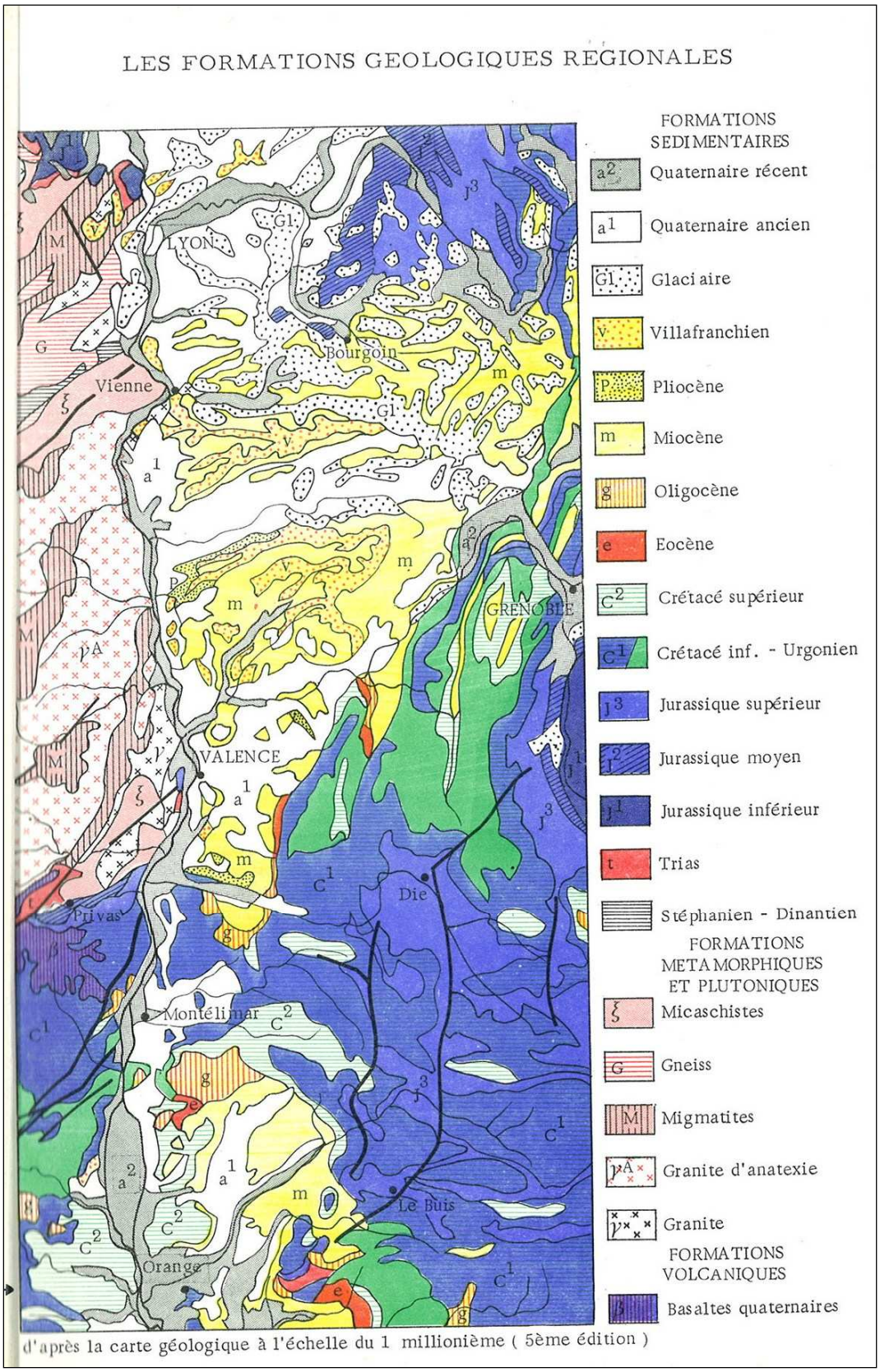
clients finals, adaptation des contraintes…)? -Existe-t-il une grande **diversité** entre ces mêmes produits présents sur le marché ? *- De qualité ?* *- De format ?* *- De conditionnement ?* *- De préparation ?* - Est-ce un handicap ? *-existence de produits pouvant tromper le consommateur au Brésil ?* ➢ **<u>prix</u>** - Comment se forme le prix ? *- Avez-vous pris en compte la concurrence ?* *- y'a-t-il une entente entre divers partenaires* *- Vous est-il imposé ?* **<u>stratégie publicité : quelle image du fruit/de votre produit</u> ?** - Pouvez-vous nous décrire votre **politique de communication** et de promotion ? *- publicité* *- packaging* *- marque* - Quel **axe** de communication/promotion mettez-vous en avant ? *- authenticité/typicité* *- qualité supérieure* *- santé* *- territoire* *- service* - Sur quel **bénéfice/ avantage** pour l'acheteur communiquez-vous ?	

-santé, qualité, praticité, goût, …. - Cherchez-vous à vous **différencier** par rapport à la concurrence directe et comment? - Pensez vous que la **communication/promotion** est une aide pour la vente de vos produits et en quoi ? - Quelles améliorations souhaiteriez-vous ?	
Connaissance du marché	
Quelle connaissance avez-vous du marché ? **Faites-vous des études de marché ?** **quel type de marché, GMS, grossistes ou consommateurs ?** **quelle échelle de marché ?** **quelles conséquences en tirez-vous ? (démarche marketing ?)** **distinguez-vous les marchés ?**	
Stratégie qualité	
Quelle(s) stratégie(s) de qualité ? **démarches qualité de production : certification, CdC, maturité** **stratégies de valorisation des qualités**	
Impacts de la crise et réactions	
Quels sont les principales difficultés que vous rencontrez ? **Quel lien avec la crise économique ?** **Stratégie développée face à la situation actuelle ?**	

Relations	
Relations sectorielles	
avec autres OP **avec expéditeurs-grossistes** **avec organisations pro : BRM, Comité stratégique, CA, Fruit Plus, syndicats…**	
Relations territoriales	
avec collectivités territoriales **avec projets territoriaux (pole ressources fruit d'anneyron, conservatoire…)** **avec offices de tourisme** **autres : associations…**	

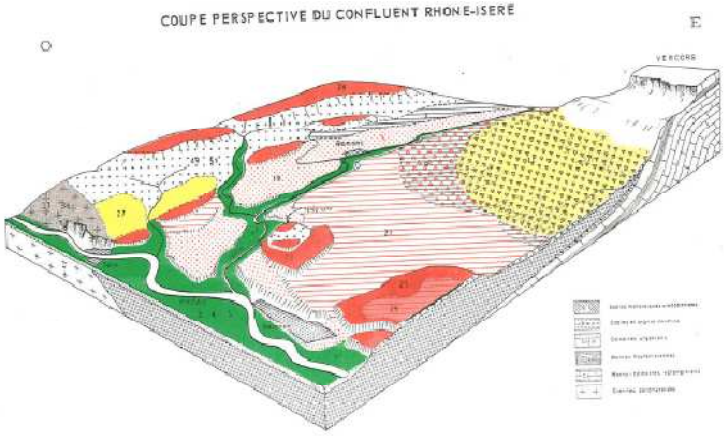
Nouvelles formes de valorisation	
Stratégies territoriales	
Avez-vous des stratégies de valorisation ou commercialisation territoriales ? **vente proximité** **vente par relations locales** **autres**	
Réactions sur idée de stratégies territoriales ?	
valorisation patrimoniale : culture, histoire, paysage… **valorisation par vente de proximité** **valorisation de la qualité environnementale**	**Faisabilité ? comment, opportunités, freins ? pour quels produits ? pour quels volumes ?**
Réaction sur idée de stratégies plurisectorielles	
avez-vous ou que pensez-vous de stratégies avec d'autres secteurs économiques : - **agricoles (association avec vin, autres)** - **tourisme : offices de tourisme, publicité, lieux de vente, accueil, visites…** - **restauration** - **autres**	**Faisabilité ? comment, opportunités, freins ? pour quels produits ? pour quels volumes ?**
Connaissance de stratégie territoriale ?	

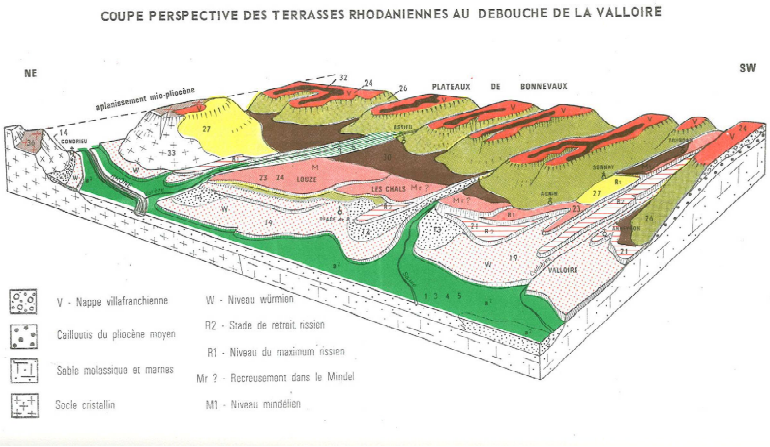
Annexe 4 : Les formations géologiques de la Moyenne Vallée du Rhône

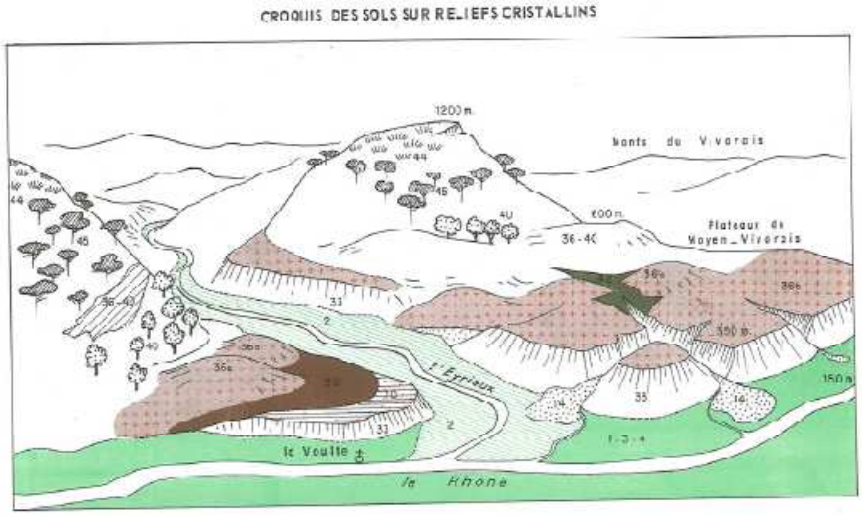


Extrait de M. Bornand, 1972. Etude pédologique de la Moyenne Vallée du Rhône, SES-INRA Montpellier, p.24.

Annexe 5: Coupes topographiques de la Moyenne Vallée du Rhône







Extrait de M. Bornand, 1972, Etude pédologique de la Moyenne Vallée du Rhône, Annexe à la Notice Explicative, SES INRA Montpellier, figures 2, 4 et 6 (non numérotées).

Annexe 6: Recensement des ressources territoriales mobilisées dans les pratiques de vente à l'échelle régionale (réalisation hiver 2006-2007)

	"Proximité" des débouchés						Organisation commerciale du Bassin		Référence explicite à l'origine / provenance					Référence implicite à l'origine / provenance					Autres ressources territoriales						
	prox habitants	prox touristes de passage	prox residents secondaires	prox conso regionaux	prox distributeurs regionaux	prox IAA et autres débouchés	organisation collective localisée de vente	réseaux commerciaux locaux	nom	logo	marque	SIQO	orale	image	"du pays"	"du producteur"	"terroir"	autre	paysage	patrimoine	histoire	variétés	synergie avec tourisme	synergie avec autres produits locaux	réseaux institutionnels de valorisation
AMAP (1)	i																								
transfo pour la VD (4)	iii	ii			i			ii	i											i			i		i
magasin collectif de producteurs (3)	ii	i		i																					
magasin de VD (3)	iii	iii	i						i					i		iii				ii	i	i	iii	ii	i
VD à la ferme/ route (infrastructure simple) (6)	iiiiii	ii													i	ii	i		i		i	i	ii	ii	ii
marché forain en MVR (1)	i	i														i							i	i	i
transformateurs locaux (4)						iiii																			
transfo pour distrib locaux (1)					i			i																	
expédition régionale (4)				i	iiii		i				i						i								
TOTAL						38		4					3					10							25

Annexe 7: Recensement des ressources territoriales mobilisées dans les pratiques de vente à l'échelle nationale (réalisation hiver 2006-2007)

	"Proximité" des débouchés						Organisation commerciale du Bassin		Référence explicite à l'origine / provenance					Référence implicite à l'origine / provenance					Autres ressources territoriales						
	prox habitants	prox touristes de passage	prox residents secondaires	prox conso regionaux	prox distributeurs regionaux	prox IAA et autres débouchés	organisation collective localisée de vente	réseaux commerciaux locaux	nom	logo	marque	SIQO	orale	image	"du pays"	"du producteur"	"terroir"	autre	paysage	patrimoine	histoire	variétés	synergie avec tourisme	synergie avec autres produits locaux	réseaux institutionnels de valorisation
VD extérieure à MVR (3)				iii												ii								i	
marché de production local (2)								ii																	
MIN Lyon (1)								i																	
transformateurs nationaux (1)																									
expédition nationale/export (4)							iiii		ii	i	i	ii	i				i				i	ii			
Apport conditionné à grossiste(5)							i	iiiii					i									i			
TOTAL						3		13					8					3							5

Annexe 8: Recensement des ressources territoriales mobilisées dans les pratiques de vente avec délégation de la mise en marché pour l'expédition, et tableau toutes pratiques confondues (réalisation hiver 2006-2007)

	"Proximité" des débouchés						Organisation commerciale du Bassin		Référence explicite à l'origine / provenance					Référence implicite à l'origine / provenance					Autres ressources territoriales						
	prox habitants	prox touristes de passage	prox residents secondaires	prox conso regionaux	prox distributeurs regionaux	prox IAA et autres débouchés	organisation collective localisée de vente	réseaux commerciaux locaux	nom	logo	marque	SIQO	orale	image	"du pays"	"du producteur"	"terroir"	autre	paysage	patrimoine	histoire	variétés	synergie avec tourisme	synergie avec autres produits locaux	réseaux institutionnels de valorisation
apport brut à expéd(5)							i	iiii			i														
apport brut à Coop(7)							iiiiiii																		
TOTAL								12					1												
	"Proximité" des débouchés						Organisation commerciale du Bassin		Référence explicite à l'origine / provenance					Référence implicite à l'origine / provenance					Autres ressources territoriales						
	prox habitants	prox touristes de passage	prox residents secondaires	prox conso regionaux	prox distributeurs regionaux	prox IAA et autres débouchés	organisation collective localisée de vente	réseaux commerciaux locaux	nom	logo	marque	SIQO	orale	image	"du pays"	"du producteur"	"terroir"	autre	paysage	patrimoine	histoire	variétés	synergie avec tourisme	synergie avec autres produits locaux	réseaux institutionnels de valorisation
TOTAL	16	9	1	5	6	4	14	15	4	1	3	2	2	1	1	8	3	0	1	3	3	5	7	6	5
						41		29					12					13							30

Annexe 9: Tableaux bilan du chiffre d'affaires, des charges de mise en marché et de la marge partielle par débouché

	Calcul du Chiffre d'affaires par débouché											
	Volumes d'abricots livrés par calibre (kg)			Répartition des calibres			Prix par calibre (€)			Total		
Acheteur	A et moins	2A	3A	% A et moins	% 2A	% 3A	Prix A et moins	Prix 2A	Prix 3A	Volume vendu (kg)	Prix moyen vente (€/kg)	CA Total (€)
Coopérative	3000	4000	3000	30%	40%	30%	0,50	1,15	1,30	10000	1,00	**10000**
gross 1	0	3661	10274	0%	26%	74%		1,54	1,98	13935	1,86	**25923**
gross 2	0	0	13835	0%	0%	100%			1,76	13835	1,76	**24356**
gross 3	0	1440	2400	0%	38%	63%		1,55	1,80	3840	1,71	**6551**
gross 4	0	2160	600	0%	78%	22%		1,53	2,00	2760	1,63	**4512**
detaill 1	512	1179	50	29%	68%	3%	1,20	1,50	1,80	1741	1,42	**2472**
detaill 2	0	700	700	0%	50%	50%		1,60	2,00	1400	1,80	**2520**
detaill 3	500	0	220	69%	0%	31%	1,00		2,00	720	1,31	**943**
Total autres débouchés	**1012**	**9140**	**28079**	**3%**	**24%**	**73%**	**1,10**	**1,54**	**1,86**	**38231**	**1,76**	**67277**

	Calcul des charges de mise en marché par débouché														
	Charges de calibrage			Achat des plateaux 5 kg			Achat des plateaux 9 kg			Tot. plateaux	Charges de livraison			Total charges	
Acheteur	volume calibré (kg)	Charges (€/kg)	Coût total (€)	Nombre nécessaire	coût unitaire (€/plateau)	coût total (€)	Nombre nécessaire	coût unitaire (€/plateau)	coût total (€)	Coût total (€)	Nombre de livraison	coût unitaire (€/livr.)	coût total (€)	Total Charges (€)	Total Charges (€/kg)
Coopérative	**0**	**0,000**	**0**	**0**	**0,00**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**5**	**48,820**	**244**	**244**	**0,024**
gross 1	13935	0,042	588	13935	0,12	1672	0	0,078		1672	13935	0,039	542	2802	0,201
gross 2	13835	0,042	584	13835	0,12	1660	0	0,078	0	1660	13835	0,039	538	2782	0,201
gross 3	3840	0,042	162	3840	0,12	461	0	0,078	0	461	3840	0,039	149	772	0,201
gross 4	2760	0,042	116	2760	0,12	331	0	0,078	0	331	2760	0,039	107	555	0,201
detaill 1	1741	0,042	73	1229	0,12	147	512	0,078	40	187	6	4,220	25	286	0,164
detaill 2	1400	0,042	59	1400	0,12	168	0	0,078	0	168	1400	0,039	54	282	0,201
detaill 3	720	0,042	30	220	0,12	26	500	0,078	39	65	1	4,220	4	100	0,139
Total autres débouchés	**38231**	**0,042**	**1613**	**37219**	**0,12**	**4466**	**1012**	**0,078**	**79**	**4545**	**35777**	**0,040**	**1421**	**7579**	**0,198**

	Marge partielle de mise en marché	
Acheteur	Marge partielle (€)	Marge partielle (€/kg)
Coopérative	**9756**	**0,976**
gross 1	23121	1,659
gross 2	21574	1,559
gross 3	5779	1,505
gross 4	3957	1,434
detaill 1	2186	1,256
detaill 2	2238	1,599
detaill 3	843	1,171
Total autres débouchés	**59698**	**1,562**

Annexe 10: Tableaux bilan du chiffre d'affaires, des charges de mise en marché et de la marge partielle par débouché avec estimation des proportions de calibres

	Calcul du Chiffre d'affaires											
	Volumes d'abricots livrés par calibre (kg)			Répartition des calibres			Prix par calibre (€)			Total		
Acheteur	A et moins	2A	3A	% A et moins	% 2A	% 3A	Prix A et moins	Prix 2A	Prix 3A	Volume vendu (kg)	Prix moyen vente (€/kg)	CA Total (€)
Coopérative	**3000**	**4000**	**3000**	**30%**	**40%**	**30%**	**0,50**	**1,15**	**1,30**	**10000**	**1,00**	**10000**
Total autres débouchés	**11469**	**15293**	**11469**	**30%**	**40%**	**30%**	**1,10**	**1,54**	**1,86**	**38231**	**1,50**	**57458**

	Calcul des charges réelles de mise en marché														
	Charges de calibrage			Achat des plateaux 5 kg			Achat des plateaux 9 kg			Tot. plateaux	Charges de livraison			Total charges	
Acheteur	volume calibré (kg)	Charges (€/kg)	Coût total (€)	Nombre nécessaire	coût unitaire (€/plateau)	coût total (€)	Nombre nécessaire	coût unitaire (€/plateau)	coût total (€)	Coût total (€)	Nombre de livraison	coût unitaire (€/livr.)	coût total (€)	Total Charges (€)	Total Charges (€/kg)
Coopérative	**0**	**0,000**	**0**	**0**	**0,00**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**5**	**48,820**	**244**	**244**	**0,024**
Total autres débouchés	**38231**	**0,0422**	**1613**	**37219**	**0,12**	**4466**	**1012**	**0,078**	**79**	**4545**	**35777**	**0,040**	**1421**	**7579**	**0,198**

	Marge partielle réelle de mise en marché	
Acheteur	Marge partielle (€)	Marge partielle (€/kg)
Coopérative	**9756**	**0,976**
Total autres débouchés	**59698**	**1,404**

Annexe 11: Tableaux bilan des charges réelles de mise en marché et de la marge partielle réelle par débouché

	Calcul des charges réelles de mise en marché														
	Charges de calibrage			Achat des plateaux 5 kg			Achat des plateaux 9 kg			Tot. plateaux	Charges de livraison			Total charges	
Acheteur	volume calibré (kg)	Charges (€/kg)	Coût total (€)	Nombre nécessaire	coût unitaire (€/plateau)	coût total (€)	Nombre nécessaire	coût unitaire (€/plateau)	coût total (€)	Coût total (€)	Nombre de livraison	coût unitaire (€/livr.)	coût total (€)	Total Charges (€)	Total Charges (€/kg)
Coopérative	0	**0,000**	**0**	0	0,00	**0**	0	0	**0**	**0**	5	48,820	**244**	**244**	0,024
gross 1	13935	0,0106	**147**	13935	0,12	**1672**	0	0,078		**1672**	13935	0,0192	**268**	**2087**	0,150
gross 2	13835	0,0106	**146**	13835	0,12	**1660**	0	0,078	**0**	**1660**	13835	0,0192	**266**	**2072**	0,150
gross 3	3840	0,0106	**41**	3840	0,12	**461**	0	0,078	**0**	**461**	3840	0,0192	**74**	**575**	0,150
gross 4	2760	0,0106	**29**	2760	0,12	**331**	0	0,078	**0**	**331**	2760	0,0192	**53**	**413**	0,150
detaill 1	1741	0,0106	**18**	1741	0,12	**147**	512	0,078	**40**	**187**	1741	0	**0**	**206**	0,118
detaill 2	1400	0,0106	**15**	1400	0,12	**168**	0	0,078	**0**	**168**	1400	0,019	**27**	**210**	0,150
detaill 3	720	0,0106	**8**	720	0,12	**26**	500	0,078	**39**	**65**	720	0	**0**	**73**	0,101
Total autres débouchés	**38231**	**0,0106**	**403**	**38231**	**0,12**	**4588**	**1012**	**0,078**	**79**	**4667**	**38231**	**0,018**	**687**	**5635**	**0,147**

	Marge partielle réelle de mise en marché	
Acheteur	Marge partielle (€)	Marge partielle (€/kg)
Coopérative	**9756**	0,976
gross 1	**23836**	1,711
gross 2	**22284**	1,611
gross 3	**5976**	1,556
gross 4	**4099**	1,485
detaill 1	**2266**	1,302
detaill 2	**2310**	1,650
detaill 3	**870**	1,209
Total autres débouchés	**61642**	**1,612**

NB : Le chiffre d'affaires étant inchangé, nous ne le recalculons pas et utilisons les résultats du chiffre d'affaires exposés en Annexe 9 (à partir des chiffres déclarés par le producteur).

Annexe 12: Caractéristiques des 31 exploitations pratiquant la vente directe (enquêtes personnelles 2006-2007)

EA	Localisation	Début de la VD	Type de production	SAU totale (ha)	SAU vergers (ha)	% SAU verger	UDE	% VD (vol.)	Stratégie VD	Motivation pour la VD
1	Vaunavey	2005	fruits-legumes		3		23	100	dominante	pragmatique
2	Montmeyran	1960	fruits	8,8	7,8	88,6%	58	100	dominante	rupture
3	Chateauneuf sur Isere	2006	fruits	47				15	complémentaire	contrainte
5	Alixan	1994	fruits-céréales		5			60	équililbre	pragmatique
6	Chateauneuf sur Isere	2007	fruits		15			5	complémentaire	rupture
7	granges les beaumont	2006	fruits					5	complémentaire	pragmatique
8	Chanos-Curson	1978	fruits-légumes	30				70	dominante	
9	Chanos-Curson	1978	fruits					30	equilibre	
13	Creux de la Thine	1995	fruits-céréales	100	30	30,0%	220	10	complémentaire	pragmatique
15	St Marcel les Valence	1997	fruits-céréales	70	11,5	16,4%	101	45	dominante	rupture
16	St-Marcel-les-Valence	1997	fruits-légumes	17	6	35,3%	82	70	dominante	rupture
17	Chateauneuf sur Isere	2004	fruits-légumes	24	12	50,0%	100	10	complémentaire	pragmatique
18	granges les beaumont	1991	fruits-élevage	13,5	1	7,4%	66	100	dominante	pragmatique
19	Beaumont-Monteux	1992	fruits-vigne	31	7	22,6%	109	35	equilibre	pragmatique
20	St-Donat	2005	fruits-élevage	9	4	44,4%	25	80	dominante	pragmatique
21	Bren	2006	fruits	34	34	100,0%	73	5	complémentaire	rupture
22		1999	fruits-vigne	30	2,5	8,3%	75	90	dominante	pragmatique
23	Bren	2000	fruits-céréales	50	11	22,0%	87	10	complémentaire	pragmatique
24	Anneyron	1995	fruits-céréales	100	22	22,0%	194	30	equilibre	rupture
25	Andance	1999	fruits-vigne					30	equilibre	pragmatique
26	Anneyron	1984	fruits	8	6	75,0%	34	10	equilibre	rupture
27	St-Sorlin-en-Valloire	2002	fruits-céréales					15	complémentaire	pragmatique
28	Moras-en-Valloire	1992	fruits-legumes	25	10	40,0%	89	80	dominante	pragmatique
29	Anneyron	2000	fruits-élevage	150	12	8,0%	104	15	complémentaire	rupture
30	Anneyron	2000	fruits-céréales	85	3	3,5%	62	20	complémentaire	rupture
31	Bougé Chambalud	2002	fruits-céréales	65	25	38,5%	174	10	complémentaire	projet territorial

Annexe 13: Caractéristiques détaillées des exploitations pratiquant la vente directe (enquêtes personnelles 2006-2007)

Localisation de l'exploitation	Date de développement de la VD (date installation) et type de VD	S² fruitière	Répartition des formes de commercialisation	Vente individuelle / collective	
Moras-en-Valloire	1992 (1992) – 2 marchés hebdo en 38 et 73 + livre magasins collectifs en 43	10 ha	70% en VD / 30% MIN de Lyon + Pont-de-l'Isère	indiv.	**VD = stratégie dominante**
~Bourg-de-Péage	2005 (2005)– vente à la ferme + marchés festifs + livre 2 AMAP	4 ha	100% abricots, 50% framboises, 20% noix en VD / reste expéditeur	Indiv. + projet PVC	
Chanos-Curson	1999 (1999)– boutique à la ferme	2,5 ha	90% en VD / **10% à des détaillants**	indiv.	
Granges-les-Beaumont	1991 (1987)– vente à ferme puis libre cueillette	1 ha	100% en VD	indiv.	
St-Marcel-les-Valence	1997 (1983)– vente à la ferme	6 ha	90% pommes, 70% pêches, 50% abricots en VD / expéditeur	« Bienvenue à la Ferme »	
St-Marcel-les-Valence	1997 (1977)– 3 marchés hebdo + vente à la ferme	11,5 ha	60% pêches, 50% cerises, 20% abricots en VD / grossiste	« Bienvenue à la Ferme »	
Beaumont-Monteux	1992 (1984)– vente à la ferme	7 ha	100% kiwis, 20% fraises en VD / abricots à négociant et **fraises à détaillants**	indiv.	**Equilibre entre VD et expédition**
Anneyron	1984 (1984)– marché hebdo en 69 + livraison AMAP	6 ha	10% en VD / **90% détaillants, industrie locale**	indiv.	
Andance	1977 (1987)– 2 marchés hebdo en 43 + magasin à la ferme		30% CA en VD / **70% livre GMS de 26, 07 et 43**	indiv.	
Anneyron	1995 (1988)– magasin à la ferme	22 ha	30% CA en VD / 70% expédition	« Ferme en Ferme »	
Saint-Sorlin-en-Valloire	2002 (1997)– vente à la ferme	15 ha	15% pommes et poires en VD / pommes, poires et cerises à **(15%) détaillants** et expéditeur	indiv.	**VD = stratégie complémentaire de l'expédition**
Bougé-Chambalud	2002 (1990)- point de vente collective (PVC)	25 ha	10% en VD / 90% expédition	PVC	
Anneyron	2000 (1988)– vente à la ferme	3 ha	20% en VD / 80% en coopérative	indiv.	
Anneyron	2000 (1994)– ventes ponctuelles en Savoie, Doubs (hebdo), Champagne	12 ha	15% en VD / 85% en coopérative (sortie prévue pour 2008)	indiv.	
Bren	2000 (1992)– vente au détail sur sa station de grossiste	11 ha	10% CA en VD / 90% expédition et **livraison Super U local**	indiv.	
Bren	2006 (1997)– vente à la ferme + marché hebdo	34 ha	5% en VD / 95% en coopérative	Indiv. + plateforme Internet collective	
Châteauneuf-sur-Isère	2004 (1976)– vente à la ferme + cueillette	12 ha	10% en VD / 90% expédition via courtier	Indiv. + plateforme Internet collective, « Ferme en Ferme », projet PVC	