



**HAL**  
open science

# Du court, du local! Une sociologie du gouvernement de la filière fruits et légumes

Pierre Naves

► **To cite this version:**

Pierre Naves. Du court, du local! Une sociologie du gouvernement de la filière fruits et légumes. Sociologie. Université de Bordeaux, 2016. Français. NNT : 2016BORD0294 . tel-01491025

**HAL Id: tel-01491025**

**<https://theses.hal.science/tel-01491025>**

Submitted on 16 Mar 2017

**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.

# THÈSE

pour le

## DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

École doctorale Société, Politique, Santé publique

Centre Émile Durkheim (UMR 5116)

Discipline : Sociologie

Présentée et soutenue publiquement par

**Pierre Naves**

Le 2 décembre 2016

### **Du court, du local !**

## **Une sociologie du gouvernement de la filière fruits et légumes**

Thèse dirigée par Andy Smith

*Membres du jury :*

Caitriona Carter, Directrice de Recherche, IRSTEA

Sophie Dubuisson-Quellier, Directrice de Recherche CNRS, CSO-Sciences Po Paris

Pierre François, Directeur de Recherche CNRS, CSO-Sciences Po Paris, Rapporteur

Xabier Itçaina, Directeur de Recherche CNRS, CED-Sciences Po Bordeaux

Ronan Le Velly, Maître de Conférences HDR, Montpellier SupAgro, Rapporteur

Andy Smith, Directeur de Recherche FNSP, CED-Sciences Po Bordeaux, Directeur de Thèse



## REMERCIEMENTS

Mes premiers remerciements vont évidemment à mon directeur de thèse, Andy Smith, sans qui ce travail n'aurait pu voir le jour. Sa bienveillance et l'intérêt qu'il a porté à mes travaux, tout autant que la confiance qu'il m'a accordée pendant cette thèse, ont été particulièrement importants à mes yeux, et ont contribué à mon épanouissement dans ce travail de longue haleine.

Cette thèse doit également beaucoup à l'ensemble des personnes qui ont contribué à la relire, chapitre après chapitre, et à l'améliorer. Je pense tout particulièrement à Antoine Bernard de Raymond, avec qui les échanges se sont toujours révélés stimulants. Merci également à Thibault, Alina, Xabier et Nicolas pour leurs relectures et leurs conseils.

Mes remerciements vont ensuite à l'ensemble des acteurs que j'ai pu rencontrer tout au long de cette recherche et qui, par leur disponibilité, leur sollicitude et leurs réponses à mes questions, m'ont permis de récolter un matériau riche et diversifié. Je remercie sincèrement les membres du comité de pilotage de mon projet de recherche pour leur soutien et le suivi attentif de mes travaux : E. Uminski de la chambre régionale d'Agriculture, N. Gille-Zenon et P. Cossart de Fruits et Légumes d'Aquitaine, G. Bertrandias de Rougeline et P. Letierce de Planet Vegetal. Je tiens à exprimer également toute ma gratitude à Léni Charbonnier, chargé d'études sociologiques indépendant qui a contribué à la passation de la centaine de questionnaires que nous avons récoltée, puis à leur traitement et leur analyse. Le troisième chapitre de cette thèse lui doit beaucoup.

Ce travail n'aurait pas non plus été le même sans le soutien de mes ami.e.s et collègues de la faculté de sociologie et du Centre Emile Durkheim. Je pense d'abord à celles et ceux avec qui j'ai pu partager mes doutes, mais aussi les petites joies de la vie doctorale, voire un bureau : Léo, Benoit, Glenn, La Cabz, Carolina, Amélie, Juliette, Marine, Laura... Merci à toutes et à tous pour ces années passées en votre compagnie ! Evidemment, comme la vie ne se limite pas à l'univers académique, je remercie tou.te.s mes ami.e.s d'Orthez, Bordeaux, Lille et de Normandie sans qui ces années (et ces week-ends) n'auraient pas eu la même saveur.

Pour finir, mes remerciements les plus sincères vont aux personnes les plus chères à mes yeux, pour leur soutien indéfectible au cours de cette épreuve de cinq ans : mes parents, mes frères Fabien et Raphaël, et surtout celle qui partage ma vie, Jeanne. Je vous aime.



## RESUME

La filière des fruits et légumes frais est aujourd'hui confrontée à la mise en question des institutions gouvernant ses rapports institués de distribution. De plus en plus, une partie des acteurs intervenant dans le gouvernement de cette filière (collectivités territoriales, producteurs, distributeurs, organisations professionnelles) cherchent à promouvoir de nouvelles formes de distribution, caractérisées par la réduction des distances sociales et / ou relationnelles entre producteurs et consommateurs. La fin des années 2000 a notamment été marquée par la mise en œuvre d'une politique publique nationale destinée à développer les « circuits courts » de commercialisation des produits agricoles, caractérisés par l'absence ou la présence d'un seul intermédiaire entre producteurs et consommateurs. Ces circuits courts sont, en outre, souvent associés par les acteurs à des dynamiques de relocalisation des processus de distribution. Historiquement peu concernée par ces modes de distribution, dont les *titulaires* de son gouvernement ont au contraire cherché à l'affranchir en les marginalisant économiquement, la filière des fruits et légumes frais redécouvre aujourd'hui de nouvelles manières d'organiser ses marchés et de qualifier les produits.

Doit-on pour autant conclure au triomphe des *challengers* du gouvernement de cette filière, parce qu'ils auraient réussi à institutionnaliser de nouveaux rapports institués de distribution ? Nous prétendons justement montrer, à partir d'une sociologie du gouvernement de la filière inspirée des travaux de la sociologie économique et de l'économie politique, que la réalité est plus complexe et ambiguë. En effet, si, à l'échelle locale, ces challengers parviennent à mieux contrôler les opérations de problématisation, d'instrumentation et de légitimation des enjeux associés à l'institutionnalisation de nouveaux modèles de distribution des fruits et légumes, aux échelles nationale et communautaire, le gouvernement de la filière demeure contrôlé par les acteurs les plus puissants : producteurs spécialisés, organisations de producteurs, enseignes de la grande distribution. Finalement, plutôt qu'à une relocalisation des circuits de distribution de la filière, on assiste en réalité à une évolution des dynamiques de qualification, marquée par la stabilisation du « local » comme une nouvelle institution marchande, dont l'usage stratégique permet aux titulaires du gouvernement de conserver la mainmise sur la définition des enjeux légitimes à traiter, en particulier ceux relatifs aux modèles de développement agricoles à soutenir et encourager.

*Mots clés : gouvernement, fruits et légumes, circuits courts, marchés, local, qualification marchande, territoires*

**TITLE : Closer, more local! Sociology of the fruit and vegetables industry's government**

**ABSTRACT**

The fruit and vegetables industry (*filière*) has recently had to deal with issues concerning the legitimate ways of selling these products and a larger range of actors intervening in its government (local authorities, producers, wholesalers, professional organizations) have sought to promote new modes of commercialization which can be described as an attempt to reduce social and geographical distances between producers and consumers. Since 2009, a French public policy has indeed encouraged the development of short food supply chains, defined as supply chains involving none or just one intermediary between the two ends of the chain. These short food supply chains have also been linked by their promoters to the “re-localization” of economic exchanges. Historically, the incumbents of the industry's government have tried to go beyond such geographical constraints in order to extend their markets spatially, and this by marginalizing politically and economically shorter supply chains.

But they now have to deal with new ways of organizing markets and defining the quality of their products. This situation has been examined in this Phd. using rigorous analytical and methodological tools. From this angle, at the local scale challengers have been able to take control away from incumbents by redefining the legitimate issues which need to be treated. At other scales, however, the traditional incumbents are still in control of the industry's government and the bulk of its economic exchanges. Ultimately, what has taken place is less the re-localization of supply chains within the industry than the institutionalization of new forms of qualification based upon the valuation of the “local” as a distinctive sign of quality.

*Keywords : government, fruit and vegetables, markets, local, territories, qualifying products*

<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>3</b>
<b>RESUME.....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>9</b>
1. Une sociologie du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais .....	17
2. Présentation de la méthodologie et du matériau empirique.....	30
3. Plan de cette thèse .....	34
<b>CHAPITRE 1 : UNE SOCIO-HISTOIRE DU GOUVERNEMENT DE LA FILIERE DES FRUITS ET LEGUMES FRAIS (1945-1992) .....</b>	<b>39</b>
1. Moderniser la production et les systèmes de distribution (1945-1972).....	42
2. La filière des fruits et légumes frais aux prises avec l'évolution de ses marchés (1972-1992).....	65
<b>CHAPITRE 2 : DURABILITE ENVIRONNEMENTALE OU ECONOMIQUE ? LE GOUVERNEMENT DE LA FILIERE EN QUESTIONS (1992-2016) .....</b>	<b>83</b>
1. La stabilisation du développement durable comme régulation trans-industrielle .....	86
2. L'institutionnalisation du référentiel durable, quel impact sur le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais ? .....	97
3. Durabilité et systèmes de distribution des fruits et légumes .....	111
<b>CHAPITRE 3 : MARCHES ET CONSTRUCTION DE L'EXPERIENCE MARCHANDE DES PRODUCTEURS DE FRUITS ET LEGUMES.....</b>	<b>123</b>
1. La production de fruits et légumes frais en Aquitaine : des entreprises aux caractéristiques hétérogènes .....	125
2. Les entrepreneurs en fruits et légumes : profils, trajectoires et motivations .....	133
3. La construction sociale des logiques entrepreneuriales des producteurs de fruits et légumes .....	145
<b>CHAPITRE 4 : LES CIRCUITS COURTS DE PROXIMITE, UNE NOUVELLE REGULATION TRANS-INDUSTRIELLE EN COURS DE STABILISATION .....</b>	<b>173</b>
1. De la marginalisation professionnelle des circuits courts à leur redécouverte .....	176
2. Une politique nationale pour « renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs » .....	188

3. De la politique nationale au gouvernement territorial des circuits courts .....	202
<b>CHAPITRE 5 : LA FILIERE ET LES CIRCUITS COURTS DE PROXIMITE. PLURALITE ET INCOMPLETUDE DES ECHELLES DE GOUVERNEMENT.....</b>	<b>221</b>
1. Lutttes autour des instruments en faveur des circuits courts de proximité dans la filière .....	225
2. Le gouvernement territorial de la filière, entre subversion et prolongement des logiques dominantes 248	
<b>CHAPITRE 6 : LE « LOCAL », UNE NOUVELLE INSTITUTION MARCHANDE ? UNE SOCIOLOGIE DES QUALIFICATIONS MARCHANDES.....</b>	<b>273</b>
1. Le local comme catégorie collective, un point aveugle de la littérature sur la relocalisation des circuits alimentaires ? .....	275
2. Le local, une nouvelle institution marchande au sein de la filière des fruits et légumes frais .....	286
3. Le local, une nouvelle dynamique de qualification des fruits et légumes frais ? .....	304
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>329</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>339</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>357</b>

## INTRODUCTION

Depuis maintenant une vingtaine d'années, l'agriculture est questionnée à échéances régulières par rapport à ses finalités, ses méthodes et ses produits. Un des débats actuels les plus vifs concernant ce secteur porte sur la réorganisation de ses débouchés et la promotion de nouveaux modèles de distribution permettant de reconnecter producteurs et consommateurs, socialement et géographiquement. Cette thèse portera donc sur l'émergence des « circuits courts de proximité » comme une nouvelle manière d'organiser les marchés et les dynamiques de qualification marchande d'une filière spécifique, celle des fruits et légumes frais.

Alors qu'en France l'efficacité du système de cogestion corporatiste mis en place après-guerre et qui a perduré jusqu'à la fin des années 1980 reposait sur sa capacité à contrôler les effets du marché par un jeu d'alliances entre représentants de l'administration publique et des organisations sectorielles, les crises structurelles et identitaires qui frappent l'agriculture à partir de cette période ouvrent la porte sur une période de remise en question du rôle et de la place de l'agriculture dans la société (Muller, 2000).

En effet, le pacte social modernisateur qui guidait l'orientation des politiques agricoles depuis le début des années 1960 est battu en brèche par la succession des crises économiques et environnementales qui frappent le secteur à partir des années 1990. Une recension exhaustive de celles-ci se révélerait d'ailleurs trop longue pour y songer. On se contentera alors de rappeler les plus marquantes du point de vue de l'écho médiatique et de l'émoi politique qu'elles ont suscité. La fin des années 1980 et le début des années 1990 sont marqués par la succession de crises de surproduction qui grèvent les revenus des agriculteurs et dont le caractère structurel met en cause l'efficacité des soutiens accordés à la production par la Politique Agricole Commune (PAC). A ce moment-là, les filières laitière, céréalière et, dans une moindre mesure, des fruits et légumes, sont particulièrement touchées par ces crises qui sont interprétées comme la conséquence directe de la politique communautaire de soutien des prix, perçue par les observateurs comme des « incitations à produire ».

Plus ou moins au même moment, les premières critiques du rôle de l'intensification des modes de production sur l'environnement et la destruction des paysages naturels voient le jour. La mise en lumière du rôle des activités agricoles dans la destruction des écosystèmes naturels, la pollution des sols, de l'eau et de l'air due à la concentration des cheptels (comme en Bretagne) ou l'artificialisation des paysages ruraux tend à délégitimer socialement le

modèle « productiviste » hérité de l'après-guerre et orienté vers la production de biens standards destinés aux industries agroalimentaires. Comme le note B. Lémery, « à la célébration de la technique et de ses pouvoirs se voit maintenant opposée une dénonciation croissante des méfaits du “productivisme” » (Lémery, 2003, p. 11).

Les années 1990 et 2000 voient en outre se succéder de graves crises alimentaires et sanitaires, dans lesquelles les pratiques des agriculteurs ou des industries agroalimentaires sont systématiquement mises en cause, et qui font émerger l'existence d'un risque alimentaire diffus. En 1996, la « crise de la vache folle », aussi connue sous le nom d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) et causée par l'utilisation de farines animales dans l'alimentation des bovins, atteint un sommet quand on se rend compte qu'elle peut être transmise à l'homme par voie digestive sous la forme d'une pathologie neurodégénérative, la maladie de Creutzfeldt-Jakob. Les effets sur la consommation de viande rouge ne se font pas attendre et celle-ci chute de manière vertigineuse dans les mois qui suivent. En 1999, le scandale du poulet belge à la dioxine révèle la présence de dioxine, une substance hautement cancérigène, dans la graisse animale ajoutée à la farine pour l'alimentation du bétail et de la volaille. Là encore, la consommation d'œufs et de volailles industriels chute fortement, les consommateurs se détournant de ces modes de production industrialisés qu'ils associent à un risque pour leur santé. En 2003, la grippe aviaire, d'abord détectée au Vietnam, tue environ deux cent personnes au Moyen-Orient, en Afrique et en Europe.

Dans ce contexte, les agriculteurs se voient désormais sommés de tenir compte des nouvelles exigences relatives à la protection de l'environnement et des milieux naturels et à la production d'une alimentation durable, diversifiée et de qualité. Comme l'écrivent G. Allaire et T. Dupeuble au début des années 2000, « l'agriculture, d'un point de vue social, ne peut pas être vue uniquement comme la production de biens agricoles, et plus précisément, de biens génériques (ayant tous les mêmes qualités) » (Allaire, Dupeuble, 2003, p. 52). On assiste ainsi, depuis le début des années 2000, à une progressive reconnexion entre enjeux agricoles et alimentaires, que la politique sectorielle de la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle avait au contraire contribué à séparer. Qu'il s'agisse de la PAC ou des politiques agricoles nationales et régionales, les enjeux alimentaires sont progressivement réintégrés à l'agenda des politiques agricoles, et la fonction nourricière de l'agriculture, réaffirmée.

Les agriculteurs sont ainsi incités à produire « mieux » du point de vue environnemental et sanitaire. Produire mieux donc, mais également vendre mieux. Pour eux, d'abord, dans un contexte marqué par la fin des soutiens des prix par la PAC, la libéralisation des marchés

agricoles et la pression exercée à la fois par les acteurs de l'aval et les pays concurrents sur les prix. Pour les consommateurs ensuite, qui doivent pouvoir bénéficier de produits de qualité à des prix « raisonnables » et cherchent à se réapproprier la maîtrise de leur alimentation, notamment en se rapprochant des agriculteurs que l'organisation verticale par filières avait contribué à éloigner d'eux. Pour l'environnement enfin : l'acheminement des denrées alimentaires sur des milliers de kilomètres, alors même qu'elles pourraient être produites et consommées « sur place », s'inscrit aujourd'hui dans une tension par rapport aux exigences du développement durable et à la réduction des *food miles* (les kilomètres alimentaires).

La commercialisation et la distribution des produits agricoles apparaissent au centre de questionnements moraux, éthiques, politiques et symboliques. Autrement dit, les débats sur la distribution des produits agricoles reposent la plupart du temps sur la mobilisation de valeurs qui cherchent à lier qualité des produits et organisation des relations marchandes. Ainsi, un argument des opposants au système dominant incarné par la grande distribution consiste à associer à celui-ci des produits de mauvaise qualité, et à construire les circuits courts et locaux comme des alternatives permettant de lutter contre les tentatives d'homogénéisation, de standardisation et d'appauvrissement des goûts et des manières de produire imposées par la grande distribution.

De nombreuses initiatives visant à contourner ce système dominant de distribution des produits et reposant sur des logiques de standardisation et d'intensification des modes de production ont ainsi vu le jour depuis la fin des années 1980. Initiées depuis les marges de la profession par des agriculteurs en rupture avec les logiques d'excellence professionnelle dominantes (Muller et al., 1989), elles ont permis aux agriculteurs de valoriser directement le produit de leur travail auprès des consommateurs, soit en mobilisant des circuits de vente traditionnelle plus ou moins tombés en désuétude, comme la vente à la ferme, soit en créant des formes organisationnelles innovantes, comme la vente en paniers ou les systèmes de cueillette, voire la vente sur Internet.

Le succès rencontré par ces démarches visant à « court-circuiter » les intermédiaires classiques de la distribution (grossistes, supermarchés, hypermarchés, etc.) interpelle aujourd'hui un nombre croissant d'acteurs : producteurs, ministère de l'Agriculture, collectivités territoriales, organisations professionnelles, consommateurs et, de manière peut-être plus surprenante, distributeurs. Depuis 2009, les circuits courts, définis par le ministère de l'Agriculture comme « un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition

qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur », font ainsi l'objet d'un plan national décliné régionalement destiné à les développer.

Ces modes de commercialisation sont en outre souvent associés à des démarches de « reterritorialisation » de l'agriculture et de la distribution. Ces initiatives cherchent à proposer une alternative à la globalisation des marchés agricoles et aux risques que celle-ci suscite : déconnexion croissante entre producteurs et consommateurs, brouillage des repères culturels alimentaires traditionnels, désaisonnalisation de la consommation, recours massif aux importations dans un contexte de transition énergétique, etc. Ce réflexe conduisant à accorder une préférence aux produits identifiés et construits comme « locaux » a même été décrit comme relevant d'un *localisme défensif* (Winter, 2000). Quoiqu'il en soit sur le plan normatif, l'intérêt accordé à ces démarches de relocalisation par des acteurs aux motivations variées, qu'il s'agisse de distributeurs, de producteurs, de consommateurs ou de collectivités territoriales, marque une inflexion dans le gouvernement des relations de distribution des produits agricoles.

La reconnaissance sociale et politique dont jouissent actuellement ces modes de commercialisation caractérisés par la réduction du nombre d'intermédiaires et / ou de kilomètres parcourus entre les producteurs et les consommateurs et les tensions qu'elle suscite en font aujourd'hui un point d'observation privilégié de conflits qui portent au moins autant sur la définition des « bonnes » manières de produire que de distribuer les produits. Le développement des circuits courts de proximité, de ce point de vue, apparaît aujourd'hui comme une opportunité de promotion de nouveaux modèles de développement agricole.

En effet, bien qu'ils représentent aujourd'hui une faible part des échanges marchands de produits agricoles (environ 5 %), les circuits courts demeurent un mode de commercialisation relativement fréquent, utilisé par un peu plus d'une exploitation agricole sur cinq, avec toutefois de fortes disparités entre filières. Les filières d'élevage utilisent relativement peu ces circuits : moins d'une exploitation sur dix produisant des œufs, des produits laitiers ou de la viande y ont recours pour vendre leurs produits. En revanche, dans les filières végétales, ces modes de distribution occupent toujours une place importante puisque 46 % des exploitations produisant des légumes y ont recours, et 26 % de celles produisant des fruits<sup>1</sup>. Les données concernant la part des circuits de proximité dans les échanges de produits agricoles sont en revanche plus compliquées à produire, en raison de l'absence de définition officielle de ces

---

<sup>1</sup> Source : Agreste Primeur (2012), « Un producteur sur cinq vend en circuit court », n°275

modes de distribution localisés. On peut néanmoins considérer que ces circuits représentent, au même titre que les circuits courts, des valeurs économiques marginales.

Dans ce contexte, la filière des fruits et légumes frais constitue un point d'observation extrêmement intéressant des transformations induites par la promotion de ces nouvelles manières de vendre les produits agricoles. En effet, elle est traversée par de fortes tensions concernant la place et l'utilité de ces modes de commercialisation qu'elle redécouvre progressivement et cherche à réguler et encadrer, *i.e.* à gouverner. Si les circuits courts de proximité sont plutôt associés à certains pans de la filière, voire à des marchés de niche, l'importance acquise par la qualification « locale » des fruits et légumes, notamment dans les circuits les plus concentrés et *a priori* les plus éloignés de ces logiques territoriales (comme la grande distribution), semble attester de la stabilisation d'une nouvelle institution encadrant les relations de distribution, valorisant le raccourcissement des distances relationnelle et géographique entre producteurs et consommateurs. Nous chercherons donc, dans cette thèse, à rendre compte du travail visant à stabiliser de nouvelles institutions (celles-ci renvoyant à des normes et des règles formelles, des instruments de politique publique, des conventions, des routines, etc.) et à en déstabiliser d'autres afin de gouverner les relations de distribution au sein de la filière.

Nous chercherons ainsi à montrer que la distribution des produits, loin d'être laissée « au marché » pris comme une force abstraite auto-régulatrice, fait l'objet d'un travail institutionnel et politique pour (re)définir l'organisation et l'articulation des circuits de commercialisation de la filière. Autrement dit, nous chercherons à montrer en quoi le gouvernement de la distribution des fruits et légumes repose sur la mobilisation de symboles et de valeurs par les acteurs de la filière et, à ce titre, peut faire l'objet de conflits entre des coalitions de cause cherchant à s'arroger le monopole du gouvernement de ces rapports institués. Ces valeurs et symboles apparaissent en effet comme des moyens de (dé)légitimer certains circuits vis-à-vis d'autres, d'institutionnaliser de nouvelles relations entre acteurs économiques et marchands, ainsi que des représentations de ce que peuvent et doivent être les fruits et légumes et, plus généralement, les échanges auxquels ils donnent lieu.

Le développement des circuits courts de proximité et la valorisation des produits locaux font ainsi l'objet d'un travail institutionnel par lequel certains challengers du gouvernement de la filière cherchent à faire valoir la nécessité de redéfinir l'architecture des marchés, leur morphologie, ainsi que d'institutionnaliser de nouvelles dynamiques de qualification marchande mettant en avant la proximité géographique ou relationnelle entre producteurs et

consommateurs. En d'autres termes, en quoi la promotion et la valorisation des circuits courts et des produits locaux reconfigurent-elles les logiques du gouvernement des rapports institués de distribution au sein de la filière des fruits et légumes frais ? Cette question en appelle au moins trois autres qui portent sur la construction institutionnelle des marchés, la pluralité des échelles de gouvernement des rapports institués de distribution et les dynamiques de qualification marchande.

Une des contributions majeures de la sociologie économique à l'analyse des marchés a été de montrer qu'ils étaient enchâssés dans des structures organisationnelles, sociales, culturelles et politiques, *i.e.* qu'ils étaient encastrés dans des institutions qui rendaient possible l'action économique et marchande. Ces institutions peuvent renvoyer à des règles formelles ou informelles, des routines, des instruments de politique publique, des marques, etc. qui fournissent aux acteurs économiques des repères quant à ce qu'il est possible ou nécessaire de faire en situation d'échange. Mais ces institutions ne sont pas figées une fois pour toutes, et, à tout moment, peuvent faire l'objet de logiques de désinstitutionnalisation, entrer en conflit avec d'autres institutions concurrentes, etc. Cette thèse visera donc dans un premier temps à étudier les institutions qui contribuent à organiser la distribution des fruits et légumes. Nous chercherons donc à rendre compte de la construction institutionnelle des marchés de la filière, en adoptant une approche historiographique, afin d'appréhender la manière dont ces « cadres » se sont stabilisés depuis la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle jusqu'à aujourd'hui. La prise en charge des rapports institués de distribution apparaît ainsi comme un des enjeux majeurs du gouvernement de la filière telle qu'elle s'est structurée depuis la fin de la seconde guerre mondiale. Loin de laisser le marché s'autoréguler (et prenant acte des dysfonctionnements induits par l'absence de régulation politique et institutionnelle des relations marchandes), les acteurs de la filière ont constamment cherché à encadrer la distribution des fruits et légumes. Cet encadrement a ainsi reposé sur l'édiction des règles de protection du marché et des producteurs vis-à-vis de la concurrence extérieure (d'abord à l'échelle nationale, puis communautaire), l'organisation de nouvelles places marchandes censées performer un marché fonctionnant selon les lois de l'offre et de la demande, la création de groupements de producteurs afin de rééquilibrer les rapports de négociation avec les acteurs de l'aval de la filière, ou encore la stabilisation d'institutions marchandes permettant de rendre les produits équivalents quel que soit leur lieu de production et de distribution.

Autrement dit, l'organisation des marchés et de la distribution sont des éléments centraux du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais. La promotion et la valorisation des circuits courts et des produits locaux, dans ce cadre, suscite de nouvelles interrogations parmi ses acteurs, en ce qu'elles contribuent à redéfinir les formats légitimes des échanges marchands et à susciter des tensions entre eux quant à cette question. Comme nous le montrerons, si le raccourcissement des chaînes relationnelles de distribution a depuis longtemps été intégré aux logiques de gouvernement de la distribution par les acteurs de la filière, la prise en compte de leur localisation et de l'origine des produits est plus récente. Elle va en outre à l'encontre des logiques de structuration des marchés de la filière, encadrés et gouvernés par des normes européennes portant à la fois sur les règles de protection vis-à-vis de la concurrence extérieure, de production et de qualification marchande. Dans ce cadre, dans quelle mesure l'institutionnalisation des circuits courts de proximité comme objectif de politique publique et instrument de gouvernement des marchés reconfigure-t-elle les rapports institués de distribution de la filière ? Se traduit-elle par de nouvelles relations entre les acteurs, qu'il s'agisse de producteurs, de distributeurs, d'administrations, d'organisations professionnelles ou de représentants des collectivités territoriales ? Dans quelle mesure la morphologie des marchés est-elle impactée par ces nouvelles institutions ? La valorisation des circuits courts et des produits locaux suscite-t-elle la désinstitutionnalisation d'autres manières de penser et d'agir sur la distribution pour les acteurs de la filière ?

Au-delà de cette question de l'impact de la stabilisation de nouvelles institutions sur l'organisation des marchés et le gouvernement des rapports institués de distribution de la filière, la valorisation des circuits courts et des produits locaux par une partie des acteurs de la filière pose aussi la question du changement de ses échelles de gouvernement. En effet, elle s'est structurée principalement autour d'institutions gouvernées à l'échelle nationale, hormis celles tenant à la commercialisation et à la production des produits, gouvernées à l'échelle européenne. Néanmoins, les instances de représentation de la filière se sont fortement structurées à l'échelle nationale, notamment autour de l'interprofession des fruits et légumes. L'institutionnalisation des circuits courts de proximité dans les logiques de gouvernement des rapports institués de distribution contribue-t-elle alors à déplacer la prise en charge de ceux-ci vers d'autres échelles, qu'elles soient locales, nationales ou supranationales ?

Cette question mérite d'être posée, car le contexte actuel est marqué à la fois par une double logique de territorialisation de l'action publique en agriculture et d'ouverture des politiques agricoles européennes à de nouveaux objectifs (développement rural et durable,

promotion d'une alimentation saine et respectueuse de l'environnement, etc.) ne portant pas seulement sur la défense ou le renforcement de la compétitivité du secteur. Qu'il s'agisse de l'échelle nationale, locale ou européenne de gouvernement de la filière, la promotion des circuits courts et la valorisation des produits locaux sont progressivement intégrées aux logiques d'action collective des acteurs de la filière, mais selon des logiques différentes. En France, le développement des circuits courts de proximité fait depuis 2009 l'objet d'une politique publique nationale, puis européenne. La PAC et l'OCM fruits et légumes intègrent désormais dans leurs objectifs et leurs instruments des mesures relatives au développement de ces modes de distribution. Par ailleurs, les collectivités territoriales mettent en œuvre des dispositifs locaux visant à promouvoir et structurer ces modes de distribution fondés sur l'activation de relations de proximité relationnelle et géographique et cherchent à accompagner ces démarches à l'échelle des territoires dont elles ont la charge. Comment ces échelles de gouvernement des rapports institués de distribution des fruits et légumes s'articulent-elles, sur quels points s'opposent-elles et entrent-elles en conflit ? Quelles sont les institutions qu'elles contribuent à stabiliser du point de vue de la filière ? Ces institutions ont-elles le même poids dans le gouvernement des rapports institués de distribution ? Visent-elles les mêmes acteurs ?

Enfin, la troisième question suscitée par un travail portant sur la stabilisation de nouvelles institutions gouvernant les rapports de distribution au sein de la filière renvoie à la dynamique des qualifications marchandes. La distribution des fruits et légumes a longtemps reposé sur une forme d'indifférenciation qualitative des produits et un travail d'homogénéisation et de standardisation de leurs qualités. Autrement dit, les dynamiques de qualification dominantes renvoyaient à des formes de qualification marchande centrée sur l'apparence visuelle et extérieure des produits. La nationalisation puis l'europanisation des marchés des fruits et légumes ont supposé un travail visant à gommer les singularités de ces produits afin de créer les conditions institutionnelles minimales rendant possible les échanges marchands dans des espaces géographiquement étendus. Dans ce contexte, la qualification est structurée par des règles formelles et informelles rendant peu utiles les stratégies de singularisation : les fruits et légumes, de ce point de vue, renvoient à des biens standards, particulièrement dans les circuits de distribution dominants tels que la grande distribution.

Cependant, dans un contexte marqué par la perte de confiance d'une partie des consommateurs dans la qualité (gustative, sanitaire, environnementale, etc.) des produits agricoles et des fruits et légumes en particulier, les acteurs de la filière cherchent à stabiliser

de nouvelles institutions visant à produire de nouveaux attachements entre les produits et les consommateurs. Les labels attestant de modes de production « naturels », traditionnels ou originaux, les signes de qualité liés à l'origine, les marques territoriales, etc. acquièrent dans cette perspective une importance inédite dans la qualification des fruits et légumes. De ce point de vue, les qualifications valorisant l'absence d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs ou bien un ancrage territorial « local » apparaissent comme de nouveaux registres de qualification des produits. Dans quelle mesure s'articulent-ils ou entrent-ils en concurrence avec les autres formes de qualification ? Sont-ils mobilisés de la même manière par tous les acteurs et sur tous les circuits de distribution ? En quoi permettent-ils de masquer certains éléments plus problématiques de la qualification des fruits et légumes, notamment ceux portant sur leur(s) qualité(s) « naturelle(s) » ? Ces dynamiques de qualification sont-elles synonymes de nouvelles formes d'évaluation de la qualité des fruits et légumes ? Sont-elles plutôt à l'initiative des producteurs, des distributeurs ou d'acteurs non-marchands comme les organisations professionnelles ou les collectivités territoriales ?

Afin de répondre à l'ensemble de ces questions, nous proposerons une sociologie du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais en mobilisant un cadre d'analyse inspiré des travaux de la sociologie économique et de l'économie politique néo-institutionnaliste.

## **1. Une sociologie du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais**

Au cœur des ambitions actuelles des chercheurs travaillant sur l'organisation économique se trouve celle de rendre compte de la « vie » des entités collectives et intermédiaires (entre l'entreprise et le marché) qui la structurent. Le propre de ces entités (dotées d'une consistance matérielle, organisationnelle et culturelle) est qu'elles permettent de penser conjointement les activités liées à la production et à la mise en marché de biens et de services, ainsi que l'ensemble des régulations (verticales et horizontales) qui les ordonne et les structure. Elles offrent donc au chercheur un point de vue méso-analytique pertinent pour étudier à la fois la macroéconomie et la microéconomie de la firme. Elles permettent en effet de faire le lien entre les apports de l'école des variétés du capitalisme, incarnée par les travaux de P. Hall et D. Soskice (2001), qui privilégient des entrées analytiques sectorielles, et ceux de la microéconomie ou de la microsociologie qui tentent de rendre compte des logiques de la prise de décision individuelle au niveau des organisations économiques que sont, par exemple, les entreprises.

Ces entités « méso » renvoient à ce que B. Jullien et A. Smith nomment des industries. Pour eux, elles correspondent à une configuration spécifique d'acteurs qui s'organisent autour de la production et de la vente d'un type de bien ou d'un service. Dans leurs travaux sur le gouvernement européen des industries, B. Jullien et A. Smith ont ainsi conduit des recherches sur plusieurs d'entre elles : l'aquaculture, l'automobile, le vin et les produits pharmaceutiques (Jullien, Smith, 2014). Ils ont montré qu'une industrie était composée par des entreprises privées qui produisaient (ou transformaient) le bien ou le service en question, des distributeurs qui le vendaient à des consommateurs, des organisations professionnelles (spécifiques ou transversales à l'industrie) qui s'organisaient autour de la défense des intérêts de certains acteurs, des représentants de la puissance publique (hauts fonctionnaires, élus, agents des collectivités territoriales ou de l'Etat, etc.), voire des associations de consommateurs.

A la différence des approches en termes de variétés du capitalisme, le modèle du gouvernement des industries permet d'analyser la relation dialectique liant constamment l'activité économique et ses institutions, l'industrie occupant donc une position intermédiaire entre les secteurs (conception macroéconomique) et les entreprises ou les organisations (conception microéconomique). Dans ce modèle, secteur et industrie décrivent donc deux réalités différentes. Tout d'abord, les secteurs renvoient à des découpages politico-administratifs arbitraires et visent « à orchestrer le développement par filières relativement étanches, sous la direction de l'Etat et grâce à la coopération d'élites sectorielles que l'on gratifie d'un monopole de représentation » (Muller, 1990, p. 24). Le secteur agricole, des télécommunications, de l'industrie lourde, etc. sont des espaces politiques et gouvernementaux au sein desquels des décisions de politique sectorielle sont implémentées. A l'inverse, les industries (et les filières), si elles ont une consistance matérielle, du fait de l'existence d'organisations spécifiques à chacune d'elles, de relations stabilisées entre leurs membres, etc. renvoient à des constructions analytiques visant à rendre compte de l'organisation sociale, politique et économique des acteurs qui produisent et vendent une même catégorie de biens ou de services (des voitures, des fruits et légumes, des forfaits téléphoniques, etc.).

Dans cette perspective, une dernière précision mérite d'être posée, entre la notion d'industrie et de filière. Dans le modèle du gouvernement européen des industries, les filières renvoient en effet à un sous-champ de celles-ci et ne prennent en charge que certains produits spécifiques. Par exemple, au sein de l'industrie automobile, la filière électrique apparaît aujourd'hui comme une déclinaison spécifique des problématiques plus globales de

l'industrie, même si elle peine encore à produire des règles qui en feraient un sous-champ plus autonome au sein de l'ordre institutionnel de celle-ci. Au sein de ce que l'on pourrait nommer l'industrie des fruits et légumes, on trouve autant de filières que de produits : la filière tomate, pomme, raisin, carotte, etc.

En d'autres termes, les industries et les filières sont traversées par des dynamiques de gouvernement et de régulation marquées par leur caractère à la fois endogène et exogène (Jullien, Smith, 2012). Leur puissance peut ainsi être évaluée à l'aune de leur capacité à formuler des règles spécifiques qui structureront leur organisation, voire qui reconfigureront les logiques du gouvernement sectoriel. L'exemple des qualifications par l'origine est ici encore pertinent. En effet, les appellations d'origine contrôlée (AOC) ont d'abord uniquement concerné le gouvernement des relations de commercialisation de l'industrie viticole française, avant d'être généralisées à l'ensemble des industries agricoles européennes, devenant une forme de régulation trans-industrielle encadrant le gouvernement de la qualité des produits du secteur. Réciproquement, l'impossibilité à édicter de telles règles traduit souvent un manque d'autonomie à l'égard des régulations sectorielles et *in fine*, la faiblesse économique et politique d'une industrie, ou d'une filière.

D'un point de vue analytique, notre objet empirique, les fruits et légumes, présente les caractéristiques d'une industrie. Il s'agit en effet d'un ordre institutionnalisé d'acteurs au sein duquel des règles, des normes, des schèmes d'appréciation culturels (des représentations) ont été stabilisés autour de la production et de la vente de ces produits. A l'intérieur de celle-ci, on retrouve des filières qui s'organisent autour de la production et de la vente d'un produit spécifique. En dépit de cette proximité structurelle entre notre objet et le concept d'industrie, nous avons délibérément choisi de ne pas parler de l'industrie des fruits et légumes pour le qualifier, y préférant la notion de filière des fruits et légumes frais.

Ce choix est justifié, d'une part, par le souci de ne pas induire d'effet contre-intuitif chez le lecteur. En effet, en agriculture, la notion d'industrie est connotée (négativement) et est généralement associée à l'idée d'une transformation des produits par les industries agro-alimentaires. Or dans cette thèse, il ne sera question que de la production et de la vente des fruits et légumes frais n'ayant pas subi un processus de transformation industrielle : surgélation, destruction de la structure physique du produit pour le transformer en jus, purée, etc. Nous ne considérerons donc pas que le conditionnement dont les fruits et légumes font l'objet relève d'une forme de transformation, le produit ne subissant aucune altération physico-chimique par rapport à son état « naturel », d'autant plus qu'il demeure destiné aux

marchés du frais. De fait, parler d'industrie des fruits et légumes frais pourrait induire une confusion sur l'objet que nous étudions vraiment, raison pour laquelle nous emploierons donc la notion de filière.

D'autre part, la notion de filière a été spécifiquement forgée pour rendre compte de l'organisation et de la spécialisation des activités agricoles. Cependant, du point de vue des chercheurs menant leurs travaux à partir de ce modèle (agronomes, économistes agricoles), cette notion est neutre, et sert avant tout à décrire la réalité empirique *telle qu'elle est*, comme un « organigramme physique de biens et de transformations » (Raikes et al., 2000, p. 403, traduit par nous). De fait, la notion de filière a donné lieu à de nombreuses recherches empiriques et à peu de développements théoriques, l'ambition des chercheurs étant bien souvent limitée à l'identification des acteurs, des activités et des produits à l'intérieur de celle-ci. Si nous mobiliserons dans cette thèse la notion de filière pour qualifier l'organisation de la production et de la distribution des fruits et légumes, nous entendons aussi mobiliser un cadre d'analyse que ne partagent pas les tenants d'une approche en termes de filière et qui place en son cœur le rôle des institutions et des relations de pouvoir. Nous nous appuyons donc sur le modèle constructiviste développé par les économistes politiques travaillant sur le gouvernement européen des industries.

### **1.1. Les industries et les marchés comme des ordres institutionnalisés**

Pour eux, une industrie correspond à « un ordre institutionnalisé d'acteurs, de pratiques et de représentations qui, à travers ces rapports institués et les relations qui se structurent et se restructurent entre eux, définit à la fois la forme que prennent les transactions, marchandes ou non, et celle de l'intervention collective et publique » (Jullien, Smith, 2008, p. 144). Au cœur de ce modèle analytique se trouvent donc les institutions, qu'ils définissent de manière extensive comme « les systèmes de règles, de normes et d'attentes stabilisés » (Jullien, Smith, 2012, p. 103) qui structurent l'organisation des marchés et, plus généralement, l'ensemble de la vie économique.

L'intérêt de cette approche institutionnaliste du gouvernement des activités économiques est qu'elle permet de penser ensemble l'économie et le politique, ces deux sphères étant indûment séparées dans la théorie économique dominante (Jullien, Smith, 2012 ; Bernard de Raymond, Chauvin, 2014). Dans cette perspective, les institutions ne peuvent être traitées comme des « supplétifs » de l'activité économique, mais doivent être considérées comme étant inextricablement liées à l'ensemble des opérations allant de la production à la

vente des biens sur un marché (François, 2008). A ce point de la démonstration, un détour par la sociologie, « la science des institutions, de leur genèse et de leur fonctionnement » (Durkheim, 1894, p. 23), est nécessaire, pour définir ce qu'elles sont et leur rôle dans la structuration des marchés et, plus généralement, des activités économiques.

Pour E. Durkheim, les institutions renvoyaient à « toutes les croyances et tous les modes de conduite institués par la collectivité » (Durkheim, 1894, p. 22). La définition de M. Mauss et P. Fauconnet est relativement proche de celle-ci, puisque les institutions désignaient pour eux « des manières d'agir ou de penser, consacrées par la tradition et que la société impose aux individus » (Mauss, Fauconnet, 1901, p. 13). La première caractéristique des institutions est donc qu'elles sont extérieures aux individus qui, souvent, les trouvent « déjà là ». De ce point de vue, une institution peut être considérée comme un « allant-de-soi », au sens où son existence et le poids qu'elle exerce sur le gouvernement des conduites ne fait en général pas débat parmi les acteurs.

De plus, les institutions ont une dimension cognitive et pratique : elles permettent aux acteurs de définir leurs intérêts, de calculer, de partager des significations et des références, bref, d'agir (François, Dubuisson-Quellier, 2011). Elles rendent possibles l'action (autant qu'elles la contraignent) dans un monde complexe marqué par une profonde incertitude quant aux comportements d'autrui et à la probabilité de la réussite ou de l'échec de telle ou telle stratégie (Dallery et al., 2010). Elles renvoient donc autant à des règles formelles de droit (Bessy et al., 2011), qu'à des conventions (Eymard-Duvernay, 1989), des routines, des prescriptions (Hatchuel, 1995), des dispositifs sociotechniques destinés à appuyer le jugement ou la confiance que les acteurs peuvent placer dans un bien, un service ou un acteur (Karpik, 2007), des « noms » (Chauvin, 2011), voire même des instruments de politique publique (Lascoumes, Le Galès, 2005 ; Dubuisson-Quellier, 2016).

Ces institutions définissent des modèles culturels auxquels les acteurs se réfèrent quand ils agissent. Car au-delà de leur fonction pratique, elles ont également une dimension cognitive et intersubjective (Beckert, 2003 ; François, Dubuisson-Quellier, 2011) et contribuent à stabiliser des représentations du monde *tel qu'il est*, voire *tel qu'il doit être*. Les institutions peuvent donc avoir un contenu normatif fort. Dans ce cas, elles définissent ce qu'il est juste, légitime ou souhaitable de penser et faire d'un point de vue moral. Là encore, ces valeurs peuvent être incarnées dans des règles de droit, des instruments de politique publique, mais aussi dans des routines, des normes implicites, etc. qui visent à encourager certains comportements et à en proscrire d'autres. De fait, une institution a souvent une forte

dimension symbolique et peut être appréhendée comme une catégorie collective faisant sens pour les acteurs qui s’y réfèrent – intentionnellement ou non – pour agir. Elle permet de définir ce que P. Bourdieu appelle le « sens du jeu » (Bourdieu, 1994, p. 151), c’est-à-dire une forme de construction spécifique des intérêts influençant les stratégies de lutte et / ou de coopération des acteurs, de manière à reproduire ou déstabiliser l’ordre institutionnel du champ (une industrie, un marché, un système politique) dans lequel ils se trouvent.

En dépit de leur extériorité vis-à-vis des individus qui s’y réfèrent pour agir, les institutions peuvent en effet faire l’objet d’un travail création, de renforcement, ou au contraire de déstabilisation par les acteurs qui luttent pour s’approprier le monopole des problèmes à traiter au sein d’un champ ou d’une industrie (Jullien, Smith, 2014). Ce *travail institutionnel* a été défini par T. Lawrence et R. Suddaby comme « l’action intentionnelle d’individus et d’organisations qui cherchent à créer, maintenir et perturber des institutions » (Lawrence, Suddaby, 2006, p. 215, traduit par nous). Autrement dit, la création, la reproduction ou la déstabilisation d’institutions existantes peut être appréhendée comme un processus politique, par lequel les acteurs cherchent à institutionnaliser « ce qui compte et / ou devrait compter » (au sens non seulement moral, mais aussi économique et politique).

Toutefois, comme le notent T. Lawrence et R. Suddaby, tous les acteurs n’ont pas les mêmes capacités dans la production, la déstabilisation ou la reproduction des institutions existantes, en fonction de leur position et des ressources qu’ils peuvent mobiliser dans ce travail. Chez N. Fligstein (2001a), comme chez P. Bourdieu (2000) ou J.-M. Podolny (1993), les acteurs dominant structurellement un marché sont ceux qui sont les plus susceptibles de faire adopter des règles, des significations partagées ou des conventions conformes à leurs intérêts qui leur permettent de reproduire leur domination dans le temps. Ces *incumbents* (titulaires) disposent en effet de plus de ressources politiques et symboliques que les *challengers* dans la stabilisation et la reproduction des institutions structurant le champ, l’industrie ou un marché (Fligstein, 2001a).

Ainsi, alors que les titulaires cherchent plutôt à reproduire et renforcer les institutions existantes qui contribuent à assurer leur domination économique, politique et symbolique, les challengers cherchent plutôt à les déstabiliser ou à en produire de nouvelles. Le travail institutionnel mis en œuvre par les titulaires et les challengers, chacun de ces groupes pouvant être assimilé à une *coalition de cause* (Sabatier, 1987) cherchant à peser sur l’agencement institutionnel d’un sous-système politique, relève de deux logiques antagonistes. Les stratégies de contestation de l’ordre institutionnel dominant mobilisées par les challengers

reposent ainsi généralement sur un travail de politisation faisant appel à des valeurs. Par exemple, la contestation de la PAC par les agriculteurs auxquels elle profitait le moins reposait sur la mise en évidence de son caractère injuste du point de vue de la répartition des aides et inefficace du point de vue de la régulation des marchés et de la protection de l'environnement. A l'inverse, les titulaires cherchent plutôt à dépolitiser la nature des problèmes (c'est-à-dire à les cadrer dans un registre ne faisant pas appel à des valeurs) en les technicisant (Jullien, Smith, 2014). Par exemple, aux Etats-Unis, l'institutionnalisation de la « valeur actionnariale » comme conception du contrôle dominante par les investisseurs institutionnels (banques d'investissement, compagnies d'assurance et fonds mutuels) a tenu à leur capacité à construire celle-ci comme le meilleur système pour accroître la rentabilité des entreprises, ce problème ayant été préalablement réduit à ses dimensions les plus techniques (Fligstein, 2001b).

Autrement dit, la contestation ou le renforcement de l'ordre institutionnel structurant une industrie, une filière, un marché suppose un travail politique – pouvant prendre la forme d'une politisation ou au contraire d'une dépolitisation – par lequel les acteurs cherchent à institutionnaliser des règles, des représentations sociales et des pratiques servant leurs intérêts, c'est-à-dire à *gouverner*. Nous présenterons dans la section suivante les implications de cette conceptualisation des institutions pour une sociologie visant à rendre compte du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais.

## **1.2. Une sociologie politique du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais**

La manière dont les économies, les industries et les marchés sont gouvernés est au cœur d'une partie des travaux néo-institutionnalistes visant à rendre compte de la structuration sociopolitique des activités économiques. Ces travaux se sont principalement inscrits dans la perspective fligsteinienne de l'*encastrement institutionnel* des marchés dans des systèmes de règles formelles et de significations partagées (Fligstein, 2001a). Comme nous l'avons souligné, ils mettent en avant l'existence de rapports de pouvoir structurants entre les acteurs cherchant à stabiliser les institutions de marché. Celles-ci renvoient à des *droits de propriété*, des *structures de gouvernance*, des *règles d'échange* et des *conceptions du contrôle* (Fligstein, 1996) qui donnent à un marché ou une industrie sa consistance institutionnelle, tant sur un plan formel que cognitif.

De fait, tous les marchés sont encadrés institutionnellement, puisque les institutions sont les repères à travers lesquels les acteurs stabilisent des règles partagées et des mondes

communs leur permettant de définir à la fois des statuts, la forme des transactions (marchandes ou non) et celle de l'intervention publique et collective (Jullien, Smith, 2008), en un mot, de rendre toute forme d'économie possible. Pourtant, la mise au jour de ces formes « d'encastrement-étayage » ne dit rien sur les formes « d'encastrement-insertion » des économies de marché dans les structures sociales, cette deuxième dimension de l'encastrement renvoyant au degré d'autonomie ou de subordination des ordres économiques par rapport à l'existence d'autres ordres sociaux (Le Velly, 2008).

Autrement dit, alors que l'encastrement-étayage renvoie aux conditions de possibilité de l'existence d'un marché, l'encastrement-insertion renvoie à l'ensemble des règles et des forces qui structurent la vie économique et poussent soit vers une dérégulation politique de celle-ci, soit, au contraire, vers un réencastrement des politiques économiques de concurrence, d'emploi, etc. (Gayon, Lemoine, 2014). Dans le modèle des variétés du capitalisme, les économies les moins insérées socialement (c'est-à-dire les plus autonomes vis-à-vis de formes de régulation sociales) renvoient à des économies de marché libérales, les plus insérées renvoyant à des économies de marché coordonnées. Chacun de ces deux modèles d'organisation des relations économiques renvoie ainsi à des conceptions antagonistes du gouvernement économique.

Appliqués au gouvernement d'une industrie ou, dans notre cas, de la filière des fruits et légumes frais, ces enseignements invitent à considérer que la morphologie des marchés (François, 2008), l'allocation des droits de propriété, les structures de gouvernance, les règles d'échange et les conceptions du contrôle dominantes sont le produit de conceptions historicisées et contingentes du gouvernement économique. En d'autres termes, elles sont le produit de luttes visant à imposer une manière – parmi d'autres – de gouverner les relations économiques et marchandes entre des agents engagés dans des relations concurrentielles indirectes. Comme le note P. Steiner,

« Les marchés ne sont pas le résultat d'un ordre spontané d'agents économiques cherchant à optimiser les formes de leurs transactions marchandes : ces dernières sont le résultat d'un ensemble non coordonné de décisions institutionnelles (politiques, juridiques, économiques), de relations personnelles et culturelles subissant et véhiculant les contingences de l'histoire » (Steiner, 2005, p. 68).

Dans le modèle de B. Jullien et A. Smith, le gouvernement, à l'intérieur d'une industrie, porte sur quatre rapports institués : les rapports d'emploi, de financement,

d'approvisionnement et de commercialisation (Jullien, Smith, 2012). Dans cette thèse, nous nous concentrerons tout particulièrement (mais pas seulement) sur le gouvernement des rapports institués de commercialisation et de distribution au sein de la filière des fruits et légumes frais. Nous nous attacherons en effet à montrer comment ils sont saisis par des coalitions de cause antagonistes qui visent, pour l'une, à les reproduire et les renforcer et, pour l'autre, à les déstabiliser pour créer de nouvelles institutions en lieu et place. La manière dont ces rapports institués sont pris en charge ne va pas sans affecter le gouvernement des autres rapports institués de la filière, en particulier ceux liés à l'encadrement des relations de production.

Une précision s'impose toutefois. Premièrement, étudier le gouvernement des marchés ou d'une industrie renvoie à s'intéresser à la manière dont sont gouvernées les conduites des acteurs économiques qui les peuplent et la manière dont celles-ci sont mises en forme, au moyen d'instruments de politique publique (Dubuisson-Quellier, 2016), de règles de droit (Bessy et al., 2011), etc. mais plus généralement, de systèmes de récompenses et de sanctions ne s'incarnant pas nécessairement dans des règles formelles et stabilisées. En effet, quand un *merchandiser* d'une enseigne de la grande distribution décide de changer l'emplacement d'un produit pour sanctionner ou récompenser son fournisseur (du fait de la qualité de ses produits, des facilités de paiement qu'il lui octroie, etc.), le mettant plus ou moins en évidence, il cherche à gouverner le comportement de ce dernier (Barrey et al., 2000). Il ne s'appuie en rien sur des règles de droit, des instruments de politique publique, ni même des normes stabilisées dans un contrat, ce qui ne l'empêche pourtant pas de gouverner, quotidiennement, la nature de ses relations avec ce fournisseur, en cherchant à proscrire certains comportements et à encourager d'autres.

De ce point de vue, on peut ainsi considérer avec J. Lagroye que « le gouvernement va au-delà de l'instance particulière qui, dans les Etats contemporains, est censé prendre des décisions, faire exécuter les lois et conduire les politiques ; il s'agit des actes qui tendent à organiser et à diriger la vie en société » (Lagroye et al., 2006, p. 25). Autrement dit, la capacité à gouverner n'est pas fondée seulement sur la détention d'un pouvoir légal ou législatif, mais sur la capacité à imposer à un acteur ou un groupe d'acteurs des conduites, des pratiques et des représentations sociales de ce qu'ils peuvent ou ne peuvent pas faire, voire même de ce qu'ils doivent ou ne doivent pas faire. Ainsi, sur les marchés ou dans les industries, du fait de l'existence de hiérarchies statutaires (Podolny, 1993 ; Beckert, 2009) et d'asymétries de pouvoir dans les relations de négociation (Allain, Chambolle, 2003), du fait

du caractère incontournable de certains acteurs (la grande distribution dans le secteur alimentaire, par exemple), le gouvernement est exercé par les acteurs qui ont le pouvoir économique d'imposer aux autres la légitimité de leurs décisions et de les amener à s'y conformer.

Par conséquent, étudier le gouvernement des économies ou des entités qui la structurent (les filières, les industries) ne revient pas à considérer que les acteurs publics quels qu'ils soient (administrations, services de l'Etat, institutions européennes, collectivités territoriales, etc.) y occupent forcément une place centrale et surplombante par rapport aux autres catégories d'acteurs (entreprises, lobbies, organisations professionnelles, etc.). Au contraire, ils peuvent même y occuper une place secondaire, notamment dans le cas de politiques libérales de désencastrement de l'économie (Gayon, Lemoine, 2014), laissant aux marchés le soin de s'autoréguler, en confiant aux acteurs privés la tâche de produire leurs propres formes de gouvernement sur ceux-ci. Dans cette perspective, les standards, les marques et les normes privées constituent bien des instruments du gouvernement des marchés et des industries, leur élaboration n'impliquant pas nécessairement la participation ou la reconnaissance des acteurs publics.

Nous proposerons ainsi, dans cette thèse, d'étudier le gouvernement des rapports institués de distribution au sein de la filière des fruits et légumes frais comme mettant en jeu un travail politique de la part d'acteurs divers et variés, ne se limitant ni aux acteurs publics d'un côté, ni aux acteurs privés de l'autre. Plus précisément, nous chercherons à montrer comment la promotion de « nouveaux » modes de distribution des produits, mettant en avant le raccourcissement géographique et relationnel des chaînes marchandes, met en jeu un travail politique opposant des coalitions de cause quant à la définition des enjeux à traiter et la manière de le faire.

Ce gouvernement s'incarne à la fois dans des institutions formelles stabilisées sur un temps plus ou moins long (règles de droit, instruments de politique publique), mais aussi dans des pratiques « quotidiennes » prenant la forme de conventions, de routines et de schèmes de perception culturels qui orientent les décisions et stratégies des acteurs de la filière. Si les pouvoirs publics (et l'Etat en particulier) ont un rôle important dans ce processus, leur domination sur les autres catégories d'acteurs ne doit pas faire l'objet d'un postulat, mais bien d'une hypothèse de recherche à tester empiriquement. De plus, comme nous le montrerons dans la section suivante, réduire systématiquement la diversité des acteurs publics à la figure tutélaire de l'Etat comme c'est le cas des travaux proposant une analyse des variétés du

capitalisme (Hall, Soskice, 2001) pose, dans un contexte économique marqué par l'européanisation, voire l'internationalisation, des politiques économiques sectorielles, un problème de taille.

### **1.3. Pluralité, omniprésence et incomplétude des échelles de gouvernement : apports de l'analyse des politiques publiques**

La prise en compte du rôle de l'Etat dans la stabilisation des marchés est aujourd'hui un axe de recherche fécond en sociologie économique. Les travaux qui s'y consacrent cherchent à rendre compte de l'influence de l'Etat sur la construction sociale des marchés (Fligstein, 1996), la régulation des relations de concurrence (Bourdieu, 2000), ou le gouvernement des conduites économiques et la fabrique des dispositions économiques et marchandes (Bourdieu, 2000 ; Dubuisson-Quellier, 2016).

Ces recherches présentent de nombreux intérêts. Elles permettent d'une part d'insister sur la relation inextricable entre politique et économie et de sortir d'une opposition factice entre ces deux entités, en les considérant « comme un ensemble d'institutions imbriquées, plus ou moins publiques et contraignantes » (Bernard de Raymond, Chauvin, 2014, p. 131) : l'apparition des Etats est en effet constitutive du développement des économies de marché capitalistes modernes (Fligstein, 2001a ; François, 2008). D'autre part, elles mettent en avant le caractère ambigu des relations entre l'Etat et l'économie ou le marché. Les sociologues de l'économie ont en effet montré que l'on assistait moins à un retrait de l'Etat qu'à une transformation de la nature de ses objectifs et de ses instruments de gouvernement de l'économie (marquée par l'importation d'outils de gestion et de pilotage traditionnellement utilisés dans le champ de l'entreprise). Enfin, ces recherches, en ouvrant la « boîte noire » de l'Etat, cherchent également à rendre compte de l'action concrète des différents segments de l'appareil étatique sur la construction et la régulation des marchés et / ou la reconstruction des séparations entre l'Etat et le marché. Dans son ouvrage sur la construction de la dette publique française, B. Lemoine montre ainsi comment sa marchandisation a résulté d'un choix politique opéré par les élites politiques et gouvernementales et s'est traduit par de nouveaux modes de gestion de celle-ci, directement importés des places financières et des marchés (Lemoine, 2016).

Cependant, et malgré leurs apports pour une meilleure compréhension de la spécificité et de la diversité des relations entre institutions politiques et économiques, une limite de ces approches sociologiques est qu'elles pensent et théorisent le gouvernement des relations économiques quasiment exclusivement à partir de modèles nationaux centrés, comme le

montre l'exemple incarné par les travaux de l'école des variétés du capitalisme. Ceci pose problème pour au moins deux raisons, l'une empirique, l'autre analytique.

Premièrement, d'un point de vue empirique, penser le gouvernement des économies, des industries et des marchés à partir de modèles stato-centrés devient de plus en plus compliqué, dans un contexte marqué par le renforcement des niveaux de gouvernement supra et infranationaux. Ce point a fait l'objet de nombreux travaux en science politique, qui se sont déployés selon deux axes. Les premiers ont cherché à rendre compte de la territorialisation de l'action publique et des transformations de l'Etat suite à la réforme administrative de 1982 consacrant la création des Régions (Thoenig, Duran, 1996 ; Bezès, Le Lidec, 2010). Les seconds ont plutôt tenté de rendre compte du renforcement des échelles de gouvernement supranationales, européennes ou internationales, des politiques économiques et sectorielles (Fligstein, Stone Sweet, 2002 ; Fouilleux, 2003 ; Fouilleux, 2008 ; Jullien, Smith, 2014).

Le renforcement de ces échelles de gouvernement supra et infranationales s'est traduit par une perte de centralité de l'Etat, tant dans la définition et la mise à l'agenda politique des problèmes publics que dans le contrôle et la définition des instruments à mettre en œuvre pour les traiter (Muller, 1992, 2011). La prolifération des échelles de gouvernement (globales, européennes, régionales, locales), si elle concerne l'ensemble des secteurs économiques, des industries et des marchés, a été particulièrement étudiée dans le cas de l'agriculture.

Le secteur agricole est emblématique de secteurs fortement gouvernés à l'échelle européenne autour de la Politique Agricole Commune (PAC), tant du point de vue des marchés (via les Organisations Communes de Marché), que des rapports d'approvisionnement (via les labels ou les signes de qualité liés à l'origine qui dépendent d'une réglementation communautaire), de financement (via les instruments financiers de la PAC) ou même d'emploi. La réforme de la PAC de 1992, puis celles de 1999, 2003 et 2013 ont cependant marqué une évolution vers une reterritorialisation de ses objectifs, de ses instruments ainsi que de ses modes de gestion (Berriet-Sollic, Trouvé, 2010). De fait, une partie des recherches sur ce secteur (et sur les industries qu'il regroupe) cherche aujourd'hui à rendre compte de la prolifération des échelles de gouvernement du secteur, des plus locales aux plus globales, de leur articulation, voire de leurs résistances les unes vis-à-vis des autres (Le Pape, Smith, 1998 ; Berriet-Sollic, 2002 ; Berriet-Sollic et al., 2005 ; Berriet-Sollic, Trouvé, 2013 ; Fouilleux, 2008, 2010 ; Naves, 2016).

D'un point de vue analytique, la persistance de modèles d'explication centrés sur l'Etat-Nation empêche de rendre pleinement compte d'une des caractéristiques centrales du

gouvernement des économies contemporaines, l'omniprésence et l'incomplétude de chaque échelle. Sur ce point, on peut retirer deux enseignements principaux des travaux sur le gouvernement européen des industries (Jullien, Smith, 2014). Premièrement, une échelle correspond à une « juridiction » qui s'applique à une part des rapports institués au sein de chaque industrie. Deuxièmement, ces échelles sont endogènes aux activités de production et d'échange et rendent possible la production et la mise en marché de biens et de services. En conséquence de quoi elles peuvent être considérées simultanément comme des espaces de définition des calculs commerciaux et des stratégies de légitimation politique.

L'objectif principal de l'examen de l'échelle européenne de gouvernement, dans ces travaux, n'est toutefois pas d'établir le degré d'importance relatif de chacune, mais plutôt d'étudier l'articulation entre elles et la manière dont chacune est affectée par le travail politique entrepris par les acteurs qui l'investissent. En effet, une industrie (et potentiellement, chaque rapport institué) est gouvernée simultanément à plusieurs échelles. Comme le montrent B. Jullien et A. Smith, l'échelle de gouvernement européenne est profondément institutionnalisée et omniprésente à l'intérieur de chacune des industries et des régulations trans-industrielles qu'ils étudient.

Plus généralement, on peut considérer que toutes les échelles (internationale, européenne, nationale, régionale, locale) sont impliquées dans le gouvernement d'une industrie. Pour le dire autrement, nous postulons qu'une industrie est simultanément prise en charge à différentes échelles, chacune étant plus ou moins fortement institutionnalisée dans ce gouvernement. L'objet d'une recherche portant sur l'articulation des échelles de gouvernement d'une industrie doit donc être de révéler quelles sont celles qui s'imposent aux autres, ainsi que les rapports institués qu'elles permettent de gouverner. Cette perspective permet en effet de rompre avec les approches stato-centrées faisant du gouvernement national des industries ou des économies un postulat, plutôt qu'un résultat empirique.

De plus, comme le montrent les travaux sur le gouvernement européen des industries, la consolidation du poids de cette échelle n'a pas été identique d'une industrie à l'autre. L'hétérogénéité des processus d'institutionnalisation d'un gouvernement européen des industries renvoie à la trajectoire historique particulière de chacune d'entre elles, certaines (comme celles du vin ou de l'automobile) ayant dans un premier temps été gouvernées au niveau national avant de l'être au niveau européen, quand d'autres (comme celles de l'aquaculture et du médicament) se sont institutionnalisées autour d'une dynamique articulant d'emblée plus étroitement échelles nationale et européenne (Jullien, Smith, 2014). Ce résultat

montre bien la présence simultanée de plusieurs échelles de gouvernement, en particulier nationale et européenne – mais ce modèle pourrait sans nul doute être enrichi par la prise en compte des effets d'autres échelles de gouvernement, globales et locales, dans la structuration de la « vie » de ces industries.

La conséquence de l'existence de cette pluralité d'échelles qui s'articulent, peuvent entrer en concurrence (ou s'ignorer) est qu'aucune ne peut prétendre à gouverner seule ne serait-ce qu'une partie des rapports institués de l'industrie – ce qui ne veut pas dire qu'empiriquement, il ne soit pas possible de dégager une échelle dominante par rapport aux autres. Autrement dit, le gouvernement d'une industrie à une échelle (européenne, par exemple), fût-il particulièrement fortement institutionnalisé, est fondamentalement incomplet. En effet, comme l'ont montré B. Jullien et Y. Lung (2011) à propos de l'industrie automobile, ses représentants définissent leurs stratégies commerciales à l'échelle européenne (qui représente une juridiction pertinente pour le gouvernement des rapports institués de commercialisation), sans jamais complètement tourner le dos aux institutions gouvernées aux échelles nationale et régionale (en particulier les rapports d'emploi et de production), qu'ils cherchent à utiliser économiquement et soutenir politiquement. Ainsi, « la coexistence d'échelles de gouvernement engendre potentiellement une certaine quantité de “jeu” à l'intérieur d'une industrie qui autorise et encourage les entreprises à construire leurs calculs respectifs en fonction de leur stratégie commerciale » (Jullien, Smith, 2014, p. 22, traduit par nous).

Nous chercherons ainsi à montrer comment, dans le cas de la filière des fruits et légumes, les circuits courts de proximité sont gouvernés par différentes échelles, des plus locales à l'échelle européenne, et comment cette pluralité structure le gouvernement des rapports institués de distribution. De ce point de vue, nous chercherons à montrer que si les échelles locales de gouvernement se prêtent particulièrement bien à l'institutionnalisation de nouveaux rapports de distribution permettant de valoriser les circuits courts de proximité, ces formes de gouvernement territorialisées, souffrant d'un manque de légitimité politique, se heurtent à la résistance des échelles nationales et communautaires, qui s'avèrent bien plus structurantes pour l'organisation des débouchés de la filière prise dans son ensemble.

## **2. Présentation de la méthodologie et du matériau empirique**

Pour répondre à ces questions, nous avons récolté puis traité un matériau empirique riche et diversifié. Trois sources principales ont été mobilisées : des entretiens semi-directifs

réalisés avec des acteurs de la filière fruits et légumes, un questionnaire adressé aux producteurs aquitains de fruits et légumes, et enfin des données bibliographiques (« littérature grise », presse professionnelle, données produites par les opérateurs de la filière). Ces données ont été recueillies entre 2012 et 2015 (Encadré 1).

**Encadré 1 : Calendrier de la collecte des données**

	2012	2013				2014				2015		
	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3
Producteurs	2	2		2	5	11	2		6			
Collectivités territoriales		1			6	2	3			2		
OPA	3				1	3					1	1
Détaillants indépendants	3	1			3						2	
GMS	1								1	5	1	
OP	1						5				2	
Passation questionnaire								X				

*Source : Enquête Région VFL*

Enfin, nous avons pu assister à plusieurs manifestations organisées par les acteurs de la filière : conférences, rencontres professionnelles, journées d'échange, formations auprès de cuisiniers et gestionnaires de services de restauration collective souhaitant s'approvisionner en produits locaux issus de circuits courts, restitutions publiques de résultats portant sur la valorisation des produits locaux auprès des consommateurs, etc.

Notre première source de recueil des données fut donc les entretiens semi-directifs que nous avons pu mener avec soixante-dix-huit acteurs intervenant à un titre ou un autre dans le gouvernement de la filière. Nous avons ainsi interviewé trente producteurs, huit organisations de producteurs (OP) spécialisées en fruits et légumes, neuf commerçants indépendants (parmi eux, sept étaient spécialisés en fruits et légumes), huit représentants de la grande et moyenne distribution (dont cinq chefs de rayon), quatorze représentants des collectivités territoriales agissant à une échelle régionale ou infrarégionale, et enfin neuf représentants d'organisations professionnelles. La durée moyenne de chacun de ces entretiens était d'environ une heure. L'annexe 1 (p. 359) présente de manière plus détaillée les caractéristiques et profils de chaque producteur interviewé. L'annexe 2 (p. 362) récapitule les principales conclusions de chaque entretien mené avec le reste des acteurs, avec une moindre focalisation sur leurs profils, pour se déplacer vers la nature de leur travail et leur positionnement vis-à-vis du gouvernement de la filière ou de la promotion des circuits courts de proximité. L'ambition de ces entretiens

était relativement classique, puisqu'il s'agissait d'en faire émerger à la fois des pratiques et des représentations, en lien avec la position de l'acteur dans le gouvernement de la filière.

Ceux-ci ont été « recrutés » selon deux principes. Pour les producteurs, les OP et les distributeurs (indépendants ou de la grande distribution), les deux seuls critères étaient qu'ils produisent (ou vendent) des fruits et légumes à titre principal (ou au moins que cette activité représente une part non-négligeable de leur activité) en étant localisés en Aquitaine. Ne pouvant disposer des listings de producteurs établis par la Mutualité Sociale Agricole ou la Chambre d'agriculture, nous avons commencé par repérer dans les journaux et sur Internet certains producteurs que nous avons ensuite contacté. Cette méthode de sélection nous a permis de nous rendre compte que nous n'accédions qu'à un certain type de producteurs : ceux ayant mis en place des circuits courts, souvent en maraîchage très diversifié et qui utilisaient les réseaux sociaux et Internet pour communiquer sur leur exploitation. Nous avons à ce moment-là bénéficié du soutien de l'association Fruits et Légumes d'Aquitaine qui nous a permis d'entrer en contact avec des producteurs de ou des OP de son réseau. Les entreprises que nous avons pu interviewer par ce biais étaient en l'occurrence plus grandes et plus spécialisées que les premières, commercialisaient via des circuits coopératifs ou d'expédition et n'entretenaient que peu de contacts avec les consommateurs.

La logique de recrutement des distributeurs a été relativement similaire. Les commerçants indépendants ont été recrutés directement, sans passer par un réseau ou des contacts préalables avec d'autres acteurs. Pour les acteurs de la grande distribution en revanche, nos contacts répétés avec certains représentants de la filière nous ont été précieux, puisqu'ils nous ont ouvert des portes que nous pensions fermées. Nos contacts nous ont permis d'aller investiguer deux enseignes se situant parmi les cinq plus importantes en France. Pour chaque enseigne, nous avons commencé par contacter un acheteur situé sur une centrale, introduit par nos contacts de la filière, avant que celui-ci ne nous réoriente vers des chefs de rayon dans les magasins.

Pour le recrutement des acteurs des collectivités territoriales ou des organisations professionnelles, notre choix était motivé par un critère de localisation géographique (que leur « juridiction » soit localisée sur le territoire aquitain et *a fortiori* sur le département girondin) ainsi que par un critère d'intervention sur la filière fruits et légumes et / ou sur le développement des circuits courts de proximité, ainsi que, pour les secondes, une exigence de représentativité vis-à-vis de la diversité des mondes agricoles. La plupart des acteurs de ces deux catégories avaient ainsi en charge de développer des circuits courts de proximité à

l'échelle de leur juridiction ou bien d'animer des dispositifs visant à les promouvoir. Bien que l'action de la plupart de ces acteurs ne se limite pas à la filière des fruits et légumes frais, la plupart d'entre eux était en contact avec des représentants de celle-ci, qu'il s'agisse de producteurs, d'OP ou d'entreprises de la distribution. Certains de ces acteurs en revanche n'agissaient qu'à travers la filière fruits et légumes, et ne travaillaient sur les circuits courts de proximité que de manière périphérique.

Ces données qualitatives ont été complétées par un questionnaire adressé à cent quatre producteurs de la filière aquitaine des fruits et légumes frais, réalisé en partenariat avec L. Charbonnier, chargé d'études indépendant, au cours du premier semestre de l'année 2014. Ce questionnaire est présenté dans l'annexe 3 (p. 375). Il nous a notamment permis d'affiner et de renforcer les catégorisations empiriques établies à partir de nos entretiens. Comme le lecteur s'en apercevra, il est exclusivement mobilisé dans le troisième chapitre de cette thèse : il nous a permis de créer trois groupes d'entrepreneurs et d'entreprises produisant des fruits et légumes, dont nous montrons qu'ils investissent différemment le gouvernement de la filière. Ce matériau n'a donc pas une place centrale dans notre travail, mais il s'est révélé d'une aide précieuse pour vérifier ou falsifier certaines de nos hypothèses de recherche. Cependant, eu égard à la taille limitée de notre échantillon de base, nous demeurons prudent quant à la possibilité de généraliser les résultats obtenus par cette méthode : plus que de résultats définitifs, il semble plus opportun de les traiter comme des indicateurs de tendance appuyant nos observations qualitatives.

Nous avons en outre pu avoir accès à de nombreuses manifestations, qu'elles soient en lien avec la valorisation et le développement des circuits courts de proximité ou bien organisées par les acteurs de la filière des fruits et légumes (ce qui ne veut pas dire que ces deux entrées, par les modes de commercialisation ou les produits, s'excluent tout le temps, même si en pratique, elles ne sont généralement pas portées par les mêmes acteurs, ni dans les mêmes arènes). Cependant, nous n'avons pas cherché à analyser de manière systématique ces observations qui nous ont plutôt permis de contextualiser notre objet, d'aller à la rencontre de certains acteurs que nous avons par la suite interviewé, de récupérer de la « littérature grise » éditée par certaines organisations professionnelles, associations ou collectivités territoriales : fascicules de présentation d'une démarche ou d'un projet, annuaires recensant les producteurs d'un territoire, guides de présentation des territoires LEADER en Aquitaine, guide de présentation des aides de la filière, etc. Cette littérature grise a été prise en compte et, bien qu'elle n'ait pas non plus fait l'objet d'une analyse systématique, mobilisée dans le texte à

titre d'exemple. Enfin, nos observations empiriques sont complétées et appuyées par l'analyse de textes de lois, de règlements d'intervention produits par l'UE, l'Etat ou les collectivités territoriales, mais aussi des données de statistique agricole produites par le ministère de l'Agriculture et les représentants de la filière fruits et légumes.

### **3. Plan de cette thèse**

En adoptant une approche inspirée par les travaux du néo-institutionnalisme historique, nous commencerons par analyser le gouvernement de l'industrie des fruits et légumes frais depuis la fin de la seconde guerre mondiale jusqu'à la première grande réforme de la PAC en 1992. Nous chercherons à mettre en lumière les problèmes qui ont été construits et identifiés par les acteurs de l'industrie, qu'il s'agisse d'acteurs publics, d'organisations professionnelles ou d'entreprises privées, et les instruments de politique publique auxquels ils ont donné lieu. Nous montrerons que le gouvernement de l'industrie s'est tout particulièrement focalisé sur deux éléments : l'organisation et la concentration de la production d'une part, et l'organisation et la rationalisation des échanges marchands d'autre part, dans un contexte marqué par la construction d'un marché national, puis européen. Au-delà de la description des problèmes construits par les acteurs de l'industrie et des formes d'instrumentation auxquelles ils ont pu donner lieu, ce chapitre sera également l'occasion d'explorer et mettre au jour les relations de pouvoir entre ces acteurs. Celles-ci ont en effet sédimenté des structures, des configurations et des représentations qui pèsent aujourd'hui encore sur l'organisation et le fonctionnement de l'industrie et son gouvernement.

A partir de 1992, les termes du problème changent. La période qui s'ouvre avec la réforme de la PAC marque en effet un tournant, avec la montée en puissance puis la stabilisation d'un référentiel durable se traduisant par des injonctions, portées par les pouvoirs publics et les distributeurs, à l'écologisation des modes de production dans un contexte marqué par la méfiance croissante des consommateurs vis-à-vis de la qualité sanitaire et environnementale des fruits et légumes. Pour autant, le référentiel marchand qui orientait jusqu'alors les pratiques des acteurs ne se trouve fondamentalement pas mis en question par la stabilisation d'une nouvelle régulation trans-industrielle (le développement durable) qui cherche au contraire à mieux « coller » aux attentes des marchés et des consommateurs. De fait, la traduction « écologique » ou « environnementale » du référentiel durable, si elle est dominante, n'en est pas pour autant hégémonique. Nous montrerons notamment qu'aujourd'hui, les *challengers* cherchent à stabiliser des conceptions alternatives de la

durabilité, moins centrées sur les modes de production que sur les règles d'échange et la pérennisation des relations commerciales.

Après avoir relevé les principales orientations du gouvernement de la filière depuis 1945, nous chercherons à rendre compte de la diversité des entreprises, des profils, des trajectoires et de la construction de l'expérience marchande des producteurs de la filière. En dépit d'un certain classicisme dans d'autres secteurs, cette approche a finalement été peu mobilisée dans les travaux portant sur les agriculteurs. Nous entendons donc montrer, sur un plan analytique, l'intérêt d'une approche inspirée de la sociologie économique des entrepreneurs pour rendre compte des logiques de construction de leur expérience marchande ainsi que de leur positionnement à l'égard du gouvernement des rapports institués de production et de distribution. Nous bâtirons pour cela une typologie distinguant trois groupes de producteurs en fonction des caractéristiques de leurs entreprises, de leurs trajectoires et profils et de la construction de leurs rapports au marché. Ceci nous permettra de montrer que ces trois groupes entretiennent des rapports différenciés vis-à-vis du gouvernement de la filière, en particulier sur la question de la commercialisation.

La distribution des produits agricoles est en effet au cœur d'un vaste débat, dépassant largement les arènes de gouvernement de la filière des fruits et légumes frais. Nous étudierons donc l'apparition et la stabilisation d'une politique publique nationale visant à encourager le développement des circuits courts (de proximité) de commercialisation des produits agricoles. Nous montrerons la manière dont l'encadrement de ces modes de distribution des produits agricoles, d'abord cantonné (et marginalisé) au sein des arènes professionnelles a progressivement fait son apparition dans des arènes publiques, pour se traduire par la mise en œuvre d'un plan d'action national pour les développer. La promotion de ces modes de commercialisation, construits par les *challengers* du gouvernement sectoriel comme des moyens d'impulser un modèle de développement agricole alternatif reconnectant enjeux agricoles et alimentaires, suscite aujourd'hui un foisonnement de démarches territorialisées mêlant des acteurs publics, des entreprises et des organisations professionnelles. De ce fait, les circuits courts (de proximité) peuvent être traités comme une *régulation trans-industrielle*. Le développement des circuits courts de proximité apparaît de ce point de vue comme un nouvel objectif transcendant les logiques de gouvernement instituées au sein de chaque industrie.

Le cinquième chapitre sera donc consacré à l'analyse de la traduction de cette régulation trans-industrielle visant à gouverner les rapports institués de distribution au sein de l'industrie

des fruits et légumes frais. Nous chercherons donc à repérer les conflits et les alliances qui se nouent entre trois coalitions de cause qui problématisent, instrumentent et légitiment différemment ces « nouveaux » modes de commercialisation des fruits et légumes. Nous nous intéresserons alors tout particulièrement aux stratégies de politisation et / ou de dépolitisation menées par ces coalitions de cause afin de s’arroger le monopole de la définition des problèmes légitimes à traiter. L’objectif de ce chapitre sera ainsi de montrer que le gouvernement des circuits courts de proximité ne va pas de soi et suppose au contraire un travail collectif, des luttes et des alliances entre coalitions de cause qui ont des représentations variées, voire antagonistes, de ce que *doit* être (et *peut* être) la distribution des fruits et légumes. Par ailleurs, la pénétration de ces modes de commercialisation au sein de l’ordre institutionnel sera étudiée à travers plusieurs échelles de gouvernement qui s’articulent, voire se concurrencent. De fait, que les circuits courts de proximité soient gouvernés à l’échelle européenne, nationale, régionale ou locale, aucune échelle ne peut se surimposer durablement aux autres, cette caractéristique du gouvernement territorial des industries ayant été mise au jour par d’autres avant nous (Jullien, Smith, 2014). En fin de compte, la question qui animera ce chapitre est relativement simple : les circuits courts de proximité participent-ils d’une déstabilisation, ou au contraire d’une reproduction de l’ordre institutionnalisé par les *titulaires* de l’industrie ?

Le sixième et dernier chapitre, à partir d’une sociologie des relations marchandes et des professionnels du marché, explorera la question de la transformation des dynamiques de qualification marchande impliquée par la stabilisation du « local » comme institution marchande. De ce point de vue en effet, la relocalisation des systèmes de production-distribution-consommation et la valorisation morale dont ils font l’objet semble fournir aux acteurs marchands de l’industrie de nouveaux repères à partir desquels ils redéfinissent leurs stratégies et nouent de nouvelles relations entre eux. Ce faisant, le « local » vient-il perturber ou au contraire renforcer les dynamiques de qualification institutionnalisées par les acteurs de l’industrie ? Nous chercherons ainsi à montrer que cette qualification « locale » s’articule à d’autres critères de différenciation des produits, et, dans certains cas, tend à les mettre de côté. En effet, nous montrerons que d’une manière peut-être contre-intuitive la qualification locale des produits est plutôt encouragée par les *titulaires* du gouvernement de l’industrie qui y voient une opportunité de détourner l’attention des consommateurs d’autres formes d’évaluation aux effets plus complexes à gérer pour eux. Finalement, la qualification

« locale » des produits prend tout son sens dans les circuits de distribution conventionnels dans lesquels la majorité des produits ne sont justement pas des produits « locaux ».

Cette thèse visera donc à répondre à la question suivante. Comment les rapports institués de distribution d'une filière, traditionnellement aveugles à la question de la localisation des produits et des acteurs, font-ils aujourd'hui l'objet de tentatives de désinstitutionnalisation visant à légitimer de nouveaux circuits d'échange caractérisés par la réduction des chaînes relationnelles entre les acteurs et de la distance parcourue par les produits ? Cette thèse invite à considérer la distribution comme reposant fondamentalement sur un travail politique multiscalair visant à organiser les marchés, les relations entre les acteurs et les dynamiques de qualification des produits.



## **CHAPITRE 1 : UNE SOCIO-HISTOIRE DU GOUVERNEMENT DE LA FILIERE DES FRUITS ET LEGUMES FRAIS (1945-1992)**

L'objectif de ce chapitre sera de repérer les enjeux autour desquels le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais s'est institutionnalisé, entre la fin de la Seconde guerre mondiale et le début des années 1990, au moment où la Politique Agricole Commune (PAC) est réformée. A partir de l'analyse de données secondaires (données statistiques, articles scientifiques et / ou techniques, etc.), nous étudierons la manière dont des représentations sociales spécifiques de la réalité ont été construites et institutionnalisées par des groupes d'acteurs aux intérêts distincts en vue de cadrer et d'orienter les formes de ce gouvernement.

En nous centrant sur l'analyse d'une filière, nous adoptons une posture de recherche méso-centrée, tenant compte à la fois des dynamiques macros et micros institutionnelles participant de la structuration économique et politique de la filière. Nous nous inscrivons donc dans une démarche constructiviste en nous efforçant de montrer que, d'une part, ce gouvernement et la définition des problèmes à traiter résultent de rapports de pouvoir contingents entre les acteurs de la filière des fruits et légumes frais et que, d'autre part, ils sont structurés par des institutions (Jullien, Smith, 2014).

Comme l'introduction de cette thèse le précise, nous considérons que le gouvernement d'une filière met en jeu une pluralité d'acteurs (ne se réduisant pas aux acteurs publics) et d'échelles de régulation, cela sans qu'aucune catégorie ou échelle ne s'impose irrémédiablement et définitivement aux autres. Autrement dit, cette posture centrée sur le gouvernement d'une filière implique de prendre au sérieux la manière dont des problèmes sont définis par les acteurs et les solutions qu'ils envisagent pour y remédier. De plus, si elle est attentive aux formes sédimentées d'action collective pouvant s'exprimer dans des instruments d'action publique, dans des règles de droit ou dans des conventions, elle ne considère pas que ces institutions surdéterminent les stratégies des acteurs, mais plutôt qu'elles fixent pour eux des repères à partir desquels ils définissent leurs stratégies et leurs intérêts (Bessy et al., 2011).

Nous considérons ainsi que ces instruments sont le résultat de compromis et de rapports de pouvoir existant au sein de la filière et que, de fait, ils sont porteurs d'une conception située de ce que *doit être* la filière (Lascoumes, Le Galès, 2005). Les instruments participant de la structuration et du gouvernement de cette filière doivent donc être considérés comme

des « modèles » définissant les « bons » moyens de produire, de vendre, etc. mais en aucun cas ils ne résument une réalité qui les transcende à chaque fois.

Afin d'appliquer cette perspective de recherche à l'histoire ultérieure à 1945 de la filière des fruits et des légumes, trois séries de questions structureront ce chapitre. La première porte sur la construction de l'ordre institutionnel de la filière. Quelles sont les institutions dont la filière des fruits et légumes frais s'est dotée pour gouverner ses rapports de production et de distribution ? Quels enjeux les acteurs gouvernant la filière des fruits et légumes frais ont-ils définis comme étant centraux ? La seconde renvoie à la production des normes d'action publique et à leur impact sur le gouvernement de la filière. Ces instruments n'étant pas neutres mais toujours porteurs d'une conception spécifique de l'enjeu qu'ils traitent (Muller, 2011), en quoi les institutions mises en place en vue de gouverner cette filière soulignent et reconfigurent-elles des rapports de force entre les acteurs quant à ce qu'il est juste, nécessaire, souhaitable d'entreprendre au sein de la filière ? Enfin, nous aborderons la question des échelles de gouvernement des rapports institués de la filière. A quelles échelles les relations de production et de commercialisation sont-elles gouvernées ? Dans un contexte marqué par la construction européenne, sur quels points le gouvernement européen est-il venu concurrencer le gouvernement national de cette filière ?

Pour répondre à ces questions, et en nous appuyant sur une revue de littérature extensive, nous montrerons que le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais a principalement cherché à organiser ses marchés, à travers la prise en charge de trois problématiques : la normalisation des qualités, la rationalisation des circuits de distribution et l'organisation de l'offre afin de rééquilibrer les relations de pouvoir entre acteurs de l'amont et de l'aval au profit des premiers. En effet, la grande variabilité des produits, leur faible normalisation, rendaient difficiles les échanges à distance (et donc la création d'un marché national et, plus encore, celle d'un marché européen), du fait de l'impossibilité à calculer des équivalences entre produits de différentes régions, à faire émerger des cours transparents, etc. Par ailleurs, les producteurs comme les fonctionnaires de l'administration française puis européenne ont très tôt fait valoir les problèmes liés à l'inorganisation des acteurs marchands, celle-ci se traduisant par des rapports de force déséquilibrés au détriment des producteurs menaçant leur revenu, la stabilité des prix et la loyauté des échanges.

A partir de l'étude des instruments d'action publique de la filière des fruits et légumes frais, nous aborderons ensuite la question des relations de pouvoir entre les acteurs en interdépendance au sein de cette industrie. Nous montrerons notamment en quoi les

instruments de politique publique (à partir desquels la normalisation des fruits et légumes est entreprise) révèlent l'influence grandissante des acteurs du commerce intégré dans le gouvernement de cette filière. En cela, nous traiterons ces instruments comme des formes de sédimentation de rapports de pouvoir qui s'institutionnalisent à travers eux et pèsent sur les orientations stratégiques de l'activité productive et commerciale.

Enfin, nous aborderons une question généralement laissée de côté ou, en tout cas, rarement traitée en tant que telle, celle des échelles de gouvernement impliquées dans la production et la commercialisation des fruits et légumes. Si les quelques travaux existant sur la filière fruits et légumes frais s'accordent tous pour reconnaître le poids croissant de l'échelle européenne dans l'édiction de normes structurantes pour l'ensemble des acteurs, de la production à la vente au détail, peu de travaux abordent cette question de manière historicisée et en envisageant les liens que cette échelle entretient avec les autres<sup>2</sup>.

Afin de simplifier la lecture et la présentation de nos arguments, afin aussi d'éviter d'inévitables redites, nous structurerons ce chapitre de manière chronologique. Nous partirons donc de la situation de l'agriculture et de la filière des fruits et légumes frais au sortir de la seconde guerre mondiale afin de montrer que, dans l'immédiat après-guerre, celle-ci se transforme et s'organise, d'abord nationalement autour d'institutions opérationnalisées dans des règles, des normes, des croyances, portant principalement sur l'organisation du marché. Car contrairement à d'autres filières comme celle du lait ou des céréales, le *référentiel* modernisateur (Muller, 1984) dominant alors les représentations de l'économie se traduit moins, dans la filière des fruits et légumes frais, par une priorisation de la dimension technique de l'activité, ou en tout cas, n'en fait pas un objectif en soi. D'emblée, la focalisation sur cette dimension des activités productives est subordonnée à la possibilité de faire émerger un marché national, puis européen, pour les fruits et légumes. Ainsi, au cours de cette période, la filière des fruits et légumes frais s'organise principalement autour de la stabilisation de ses rapports institués de distribution.

La création en 1972 de l'Organisation Commune de Marché (OCM) pour les fruits et légumes à l'échelle de la Communauté européenne marque une rupture dans le gouvernement de cette industrie. En effet, à ce moment-là, le gouvernement des rapports institués de distribution des produits est progressivement pris en charge à l'échelle européenne dans le

---

<sup>2</sup> A l'exception de la thèse d'A. Bernard de Raymond (2007) dans laquelle il consacre un chapitre aux fruits et légumes dans la PAC en montrant la manière dont les différentes réformes ont entériné une conception spécifique des fruits et légumes, des déterminants de leur qualité, de l'organisation du marché, etc.

cadre du marché commun. L'eupéanisation du gouvernement des relations commerciales se traduit également par une eupéanisation du gouvernement des rapports de production, étant donné que la réalisation d'un marché à l'échelle européenne suppose que les acteurs de différents pays puissent se mettre d'accord sur la définition même des produits qui sont échangés. Cette période est caractérisée par l'institutionnalisation d'un référentiel marchand qui va mettre en ordre les pratiques et représentations des acteurs de la filière. Dans ce contexte, l'enjeu n'est plus seulement d'organiser ou de protéger le marché : il faut désormais organiser la production pour l'adapter à ses évolutions. Autrement dit, l'imposition du référentiel marchand au sein de la filière des fruits et légumes se traduit par la stabilisation de nouvelles institutions structurant les rapports de production. Celles-ci renvoient à des instruments d'action publique visant à renforcer la normalisation des fruits et à des normes professionnelles privées, imposées par les acteurs de la grande distribution qui pèsent de plus en plus fortement sur l'orientation des systèmes de production.

## **1. Moderniser la production et les systèmes de distribution (1945-1972)**

Dans cette section, nous étudierons la manière dont la filière des fruits et légumes frais s'est dotée d'institutions spécifiques permettant de gouverner de manière plus ou moins autonome les rapports institués d'emploi, de finance, de production et de commercialisation. Nous montrerons ainsi que si un référentiel sectoriel modernisateur se stabilise au cours des années 1960 et s'institutionnalise à travers des politiques publiques valorisant le progrès technique et la production de nouvelles identités professionnelles (Muller, 2000), l'intérêt d'une analyse portant sur le gouvernement d'une filière, appréhendée comme un ordre institutionnel traversé par des dynamiques de gouvernement exogènes et endogènes, est justement de questionner la manière dont ce référentiel est instrumenté par les acteurs. De ce point de vue, la notion de gouvernement cherche à montrer la manière dont des institutions sont construites au prix d'un travail de politisation ou de technicisation (Lagroye, 2003 ; Gilbert, Henry, 2012 ; Jullien, Smith, 2014) réalisé par une diversité d'acteurs (politiques, administratifs, professionnels, privés). Ces institutions ne sont pas dotées de la même puissance coercitive et certaines apparaissent, à certains moments et dans certaines arènes, plus robustes que d'autres.

### **1.1. La politique agricole française après-guerre : l'institutionnalisation du référentiel modernisateur**

La conception de l'agriculture comme secteur nécessitant une intervention par des politiques publiques demeure une invention récente. Ainsi la création d'un ministère de l'Agriculture autonome, spécifiquement consacré à la prise en charge des questions de politique agricole par Léon Gambetta ne date que de 1881<sup>3</sup>. La politique agricole mise en œuvre jusqu'au début de la seconde guerre mondiale est empreinte de conservatisme, en ce qu'elle cherche à préserver les équilibres sociopolitiques des sociétés rurales. Ce conservatisme politique se traduit par une diffusion lente des innovations agronomiques au sein des sociétés paysannes<sup>4</sup>. Ainsi, jusqu'à la moitié du XXe siècle, « le référentiel de la politique agricole était d'abord structuré autour d'une norme de stabilité ou de maintenance qui hiérarchisait la norme de modernité ou d'adaptation, cette dernière n'étant pas absente mais secondaire » (Jobert, Muller, 1987, p. 84).

Néanmoins, la période de l'entre-deux guerres est marquée par un renouvellement sociologique des élites dirigeantes du monde agricole, qui vont progressivement peser sur l'institutionnalisation d'une nouvelle conception du rôle de l'agriculture (et des agriculteurs) dans la société française. En particulier, les Jeunesses Agricoles Catholiques (JAC) vont jouer un rôle décisif dans ce processus, tandis que les organisations syndicales de gauche peinent à se renouveler et à peser politiquement sur la définition des nouvelles orientations du développement agricole. En 1937 et 1944 apparaissent respectivement les Maisons Familiales d'apprentissage Rural (MFR) et les Centres d'Etudes Techniques Agricoles (CETA) qui vont développer un système pédagogique et une gamme variée de publications à destination des agriculteurs pour en former l'élite et contribuer à la technicisation des enjeux professionnels. Pour autant, la jeune génération qui prend de plus en plus de responsabilités au sein de ces organisations s'apercevra vite que « le progrès technique se heurtait à des structures agraires

---

<sup>3</sup> Néanmoins, les affaires agricoles étaient prises en charge depuis le début du XIXe siècle par le ministère de l'Intérieur. A partir de 1831, l'agriculture est prise en charge depuis le ministère du Commerce. En 1836, ce ministère change d'intitulé et devient le « ministère des Travaux publics, de l'Agriculture et du Commerce », le mot d'« agriculture » apparaissant ainsi pour la première fois dans le nom d'un ministère. Trois ans plus tard, le ministère devient celui de l'Agriculture et du Commerce, avant de repartir, en 1852, sous la tutelle du ministère de l'Intérieur. Le ministère de l'Agriculture et du Commerce renaît en 1869.

<sup>4</sup> Sur ce point, H. Mendras, dans son ouvrage *La fin des paysans* (1967) fait des sociétés paysannes des groupes sociaux autonomes et rétifs au changement. Il considère que dans ces groupes, le changement et l'innovation ne peuvent être impulsés que depuis l'extérieur : d'abord par les notables, puis, dès le XIXe siècle, par les comices agricoles. Ce refus du changement s'explique moins selon lui par une réticence à l'innovation en tant que telle, mais par une crainte des transformations qu'elle induirait en termes de structuration et d'organisation sociale pour la communauté rurale. Le défaut de cette explication est de ne pas suffisamment prendre en compte le rôle des politiques publiques et de leur contenu sur la diffusion de ces innovations.

et juridiques et que la réussite économique était conditionnée par les mécanismes du marché et par les décisions du pouvoir économique » (Mendras, 1967, p. 272).

Le changement amorcé par le renouvellement des élites syndicales agricoles se traduit entre les années 1950 et 1960 par une évolution durable et profonde de la gestion politique du secteur agricole. Désormais, celle-ci sera mise en œuvre sur le principe d' « un système de cogestion corporatiste de la politique agricole fondé sur une collaboration extrêmement étroite entre le pouvoir politique et les organisations professionnelles » (Muller, 2000, p. 36). En effet, les réformateurs du Centre National des Jeunes Agriculteurs<sup>5</sup> (CNJA) créé en 1961 sont porteurs d'une nouvelle conception du rôle et de la place de l'agriculture et des agriculteurs dans la société, qui entre en résonance avec les desiderata du ministre Pisani et sa conception de ce que doit être une agriculture moderne contribuant au développement économique national : une agriculture productiviste, rentable et réalisée par des professionnels.

Les promoteurs du nouveau référentiel sectoriel développent une doctrine centrée sur la dimension économique de l'agriculture, qui doit être intégrée à l'économie nationale. Ils insistent donc sur la nécessité de mettre sur pied des exploitations rentables, notamment en encourageant le départ des paysans ne souhaitant ou ne pouvant pas répondre à ce nouvel impératif et en concentrant les structures agricoles autour d'exploitations familiales de grande taille.

Cette nouvelle manière d'appréhender le rôle et la contribution de l'agriculture à l'économie nationale se traduit concrètement dans les lois d'orientation agricole de 1960 et 1962 mises en œuvre par le ministère de l'Agriculture, mais en réalité décidées par les seuls syndicats agricoles (Jobert, Muller, 1987). La loi d'orientation du 5 août 1960 entreprend la réforme de l'enseignement agricole supérieur, prévoit la création des Sociétés d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural (SAFER), la définition de zones spéciales d'action rurale en vue de l'aménagement du territoire, ainsi que la création du Label rouge, premier signe de qualité des productions agricoles qui ne soit pas lié à l'origine géographique mais bien à des modes de production spécifiques. Deux ans plus tard, cette loi est complétée par la loi d'orientation du 16 janvier 1962 qui prévoit la création d'une Indemnité viagère de départ destinée à faciliter le départ en retraite des exploitants pour permettre l'augmentation des surfaces agricoles par exploitation. Pour les modernisateurs, le problème majeur est l'inadaptation croissante des structures agricoles par rapport aux exigences de l'économie de marché, dans laquelle les économies d'échelle sont censées fournir un avantage comparatif et

---

<sup>5</sup> Qui ont fait leurs premières armes syndicales dans les mouvements catholiques et notamment les JAC.

permettre la mise en marché de matières premières agricoles peu chères à destination de la filière agroalimentaire. L'enjeu est donc d'agir sur la transformation des structures agricoles, en réduisant le nombre d'agriculteurs et en spécialisant les systèmes de production afin de bénéficier d'économies d'échelle.

Les conséquences de cette politique visant à encourager et amplifier le mouvement d'exode rural<sup>6</sup> ne se font pas attendre. En 1962, la population agricole active ne représente plus que 20,5 % de la population active (3 871 000 actifs) et en 1968, 17,2 % (3 063 000 actifs)<sup>7</sup>. Si la baisse des effectifs agricoles était engagée avant 1945 et s'est poursuivie à la fin de la guerre, au rythme de 2,9 % par an entre 1949 et 1958, celle-ci s'accélère pour se fixer aux alentours de 3,5 % sur la période entre 1959 et 1967 (Poitevin, 1969). Malgré cette diminution importante des effectifs du secteur primaire, certains observateurs considèrent toujours, à la fin des années 1960, qu'un effort allant dans le sens d'une poursuite de ce mouvement doit être maintenu afin d'améliorer la compétitivité économique du secteur<sup>8</sup>.

Par ailleurs, on assiste entre 1955 et 1963 à une diminution générale du nombre d'exploitations qui passe de 2 265 000 à 1 896 000, celle-ci étant particulièrement marquée pour les exploitations de moins de cinq hectares. Malgré tout, en 1963, l'agriculture française est toujours très largement organisée autour de petites exploitations de polyproduction à caractère familial, puisque près de trois exploitations sur quatre font moins de vingt hectares<sup>9</sup>. En 1970, on ne compte plus que 1 451 000 exploitations agricoles (Tableau 1). L'accélération de la tendance amorcée avant la guerre s'accélère après 1963 (même si les exploitations de moins de cinq hectares résistent mieux à ce mouvement que celles comprises entre cinq et vingt hectares) et révèle l'impact de la politique ministérielle d'encouragement au départ des exploitants les plus fragiles économiquement.

La seconde conséquence de cette politique modernisatrice est de faire entrer l'agriculture dans un régime de croissance soutenu, que ce soit en termes d'augmentation des volumes ou de productivité à l'hectare et du travail, par la diffusion du progrès technique concernant l'alimentation animale, les traitements sanitaires et vétérinaires et la protection des

---

<sup>6</sup> En 1931, la population agricole active était estimée à 7 649 000 personnes par l'INSEE et représentait 36 % de la population active. En 1954, les agriculteurs ne représentaient plus que 5 142 000 personnes (31 % de la population active).

<sup>7</sup> Sources : INSEE et Ministère de l'agriculture, cité par Gervais (1972, p. 12).

<sup>8</sup> Ainsi, J. Poitevin, maître de conférences en économie à l'École Nationale Supérieure d'Agronomie de Grignon écrit-il qu'« On ne peut manquer d'être frappé par la disproportion entre ces 8,3 % [de la Valeur Ajoutée Brute exprimée en pourcentage du PIB] et les 16 % que représentent les actifs agricoles dans la population active totale. Nous pressentons déjà que l'agriculture traîne ses trois millions de personnes actives comme un fardeau qui ne s'allège pas assez vite » (Poitevin, 1969, p. 104)

<sup>9</sup> Source : *ibid.*

cultures contre les ravageurs et les aléas climatiques. Car la diminution des surfaces agricoles entre 1950 et 1970 (moins 900 000 hectares<sup>10</sup>) ne s'est pas traduite par la diminution des volumes produits, au contraire. Malgré la diminution importante des surfaces disponibles, le volume total de la production agricole est multiplié par plus de deux entre 1949 et 1973<sup>11</sup>.

**Tableau 1 : Répartition des exploitations par taille en % (les valeurs exprimées entre parenthèses sont en milliers d'exploitations)**

	1955	1963	1970	Taux d'évolution (1955-1970)
Moins de 5 ha	34,9 (792)	28,8 (547)	29 (420)	-47,0 %
5 à 20 ha	44,4 (1004)	44,7 (849)	34,8 (506)	-49,6 %
20 à 50 ha	16,5 (375)	20,8 (393)	27,1 (394)	5,1 %
50 à 100 ha	3,3 (74)	4,5 (84)	7 (101)	36,5 %
Plus de 100 ha	0,9 (20)	1,2 (23)	2,1 (30)	50 %
TOTAL	100 (2265)	100 (1896)	100 (1451)	-35,9 %

*Sources : les données 1955 sont issues du recensement agricole effectué par le Ministère de l'agriculture, les données de 1963 et 1970 proviennent des enquêtes du SCEES et sont tirées de M. Gervais (1972)*

Là encore, toutes les filières ne sont pas concernées au même chef. Bien que nous ne disposions pas de données suffisamment précises sur la période allant des années 1950 aux années 1970, nous pouvons apprécier cette augmentation sur la période allant de 1960 à 1980 (Fel, 1984). Ce sont en premier lieu les productions végétales dont les volumes augmentent le plus fortement, sous l'influence des oléagineux (+ 1125 %) et des céréales (+205 %), alors que les fruits (+ 42 %) et surtout les légumes (+ 3 %) sont les parents pauvres de cette croissance. Cette augmentation des volumes se traduit par une meilleure couverture des besoins nationaux pour les principales familles de produits, ainsi que par le développement de filières d'exportation, en particulier sur les matières premières agricoles comme les céréales (Gervais, 1972).

L'augmentation des volumes, dans un contexte marqué à la fois par une diminution du nombre de travailleurs agricoles, d'exploitations et des surfaces agricoles implique nécessairement une augmentation de la productivité. Ainsi, des analyses économiques de la productivité agricole sur la période montrent que celle-ci augmente très rapidement entre 1962 et 1973, puis ralentit au cours de la période suivante. Dans un article portant sur l'intensification des systèmes de production, F. Bonnioux (1986) montre que pour atteindre un

<sup>10</sup> Source : « Un demi-siècle d'agriculture. Plus de performances sur moins d'espace », Insee Première, n° 466, 1996

<sup>11</sup> Source : « L'agriculture depuis 1949. Croissance des volumes, chute des prix », Insee Première, n°430, 1996

volume de production de 10 000 francs, il fallait entre 1962 et 1966 0,52 unités de travail contre seulement 0,34 entre 1968 et 1973. L'augmentation de la productivité du travail, bien qu'elle concerne toutes les filières, est inégale (Tableau 2).

**Tableau 2 : Evolution de la productivité du travail sur la période 1962-1981**

Productivité du travail	1962-1967	1968-1973	Evolution 1962-1973	Evolution 1974-1981
Céréales, grandes cultures	0,32	0,19	-40 %	-19 %
Légumes, fruits, horticulture	0,43	0,30	-30 %	-11 %
Hors-sol	0,58	0,34	-41 %	-26 %
Bovins viande	0,76	0,44	-42 %	-15 %
Lait	0,57	0,38	-33 %	-17 %
Toutes productions	0,52	0,34	-34 %	-19 %

Source : Bonnieux, 1986, p.12

Lecture : Entre 1962 et 1967, il fallait 0,43 unités de travail pour atteindre un volume de production équivalent à 10 000 francs pour les exploitations fruitières, légumières et horticoles. Ce rapport a diminué de 30 % entre 1962 et 1973.

La productivité à l'hectare augmente également au cours de cette période, puisque pour atteindre un volume de production de 10 000 francs, il fallait entre 1962 et 1967 5,17 hectares, contre seulement 4,47 entre 1968 et 1973. Là encore, l'augmentation de la productivité à l'hectare est inégale d'une filière à l'autre, et, alors qu'elle est plus marquée sur la période 1962-1973 pour les céréales, grandes cultures, légumes, fruits et l'horticulture, elle concerne plutôt la période 1974-1981 pour les filières hors-sol, bovins viande et lait (Tableau 3).

**Tableau 3 : Evolution de la productivité à l'hectare sur la période 1962-1981**

Productivité à l'hectare	1962-1967	1968-1973	Evolution 1962-1973	Evolution 1974-1981
Céréales, grandes cultures	5,23	4,38	-16 %	-11 %
Légumes, fruits, horticulture	2,57	2,12	-17 %	-10 %
Hors-sol	3,83	3,02	-21 %	-23 %
Bovins viande	8,71	7,25	-17 %	-20 %
Lait	6,36	5,82	-8 %	-12 %
Toutes productions	5,17	4,47	-14 %	-13 %

Source : Bonnieux, 1986, p.12

Lecture : Entre 1962 et 1967, il fallait 2,57 hectares pour atteindre un volume de production équivalent à 10 000 francs pour les exploitations fruitières, légumières et horticoles. Ce rapport a diminué de 17 % entre 1962 et 1973.

L'agriculture, entre les années 1950 et 1960, est donc construite comme un secteur qu'il faut, à l'instar de n'importe quel autre, moderniser et intégrer à l'économie capitaliste de marché (Servolin, 1972). Cette norme de modernité est incarnée par un petit groupe d'agriculteurs qui vont se charger de la traduction du référentiel global en référentiel sectoriel. La redéfinition des enjeux associés à l'agriculture par ces réformateurs et l'Etat français se traduit par la mise en avant de la nécessité de moderniser les structures productives en les concentrant et en les professionnalisant. Cette professionnalisation passe entre autres par une évolution des formations qui se technicisent. Pour autant, ces évolutions générales en disent finalement peu sur la manière dont l'institutionnalisation de ce référentiel impacte les formes de gouvernement de la filière des fruits et légumes frais (qui, à l'époque, n'apparaît pas comme un secteur d'intervention prioritaire) et comment il s'incarne dans la production d'institutions spécifiques.

## **1.2. L'organisation du marché, cheval de bataille du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais**

Les évolutions que nous avons décrites jusqu'à présent sont les tendances générales qui marquent l'agriculture dans son ensemble de la fin de la seconde guerre mondiale jusqu'au début des années 1970. Cette contextualisation semble indispensable tant les transformations du secteur à ce moment sont profondes et se révéleront, par la suite, durables. Néanmoins, l'évolution des politiques publiques sectorielles dans leur ensemble ne dit rien des évolutions plus localisées, au niveau des filières qui se constituent à la fin de la seconde guerre mondiale autour d'entreprises ou de coopératives, de confédérations, de comités économiques, des groupes agroindustriels, des distributeurs, etc. En effet, les institutions qui émergent, se transforment ou disparaissent au sein d'une filière sont structurées par des dynamiques endogènes (spécifiques à la filière considérée) et exogènes (produites à l'extérieur). En se concentrant sur les seules dynamiques exogènes d'émergence, de transformation et de disparition des institutions au sein d'une filière, on subordonne la logique de fonctionnement de cet ordre institutionnalisé à celle du système global. La négligence des dynamiques internes de reproduction ou transformation des institutions au sein d'un ordre institutionnalisé conduit alors à passer à côté de ce qui structure la « vie » de la filière (Jullien, Smith, 2012).

La question que nous aborderons dans cette section sera donc la suivante : comment est traduite dans la filière des fruits et légumes frais la norme de modernité qui s'institutionnalise au niveau sectoriel entre la fin des années 1950 et jusque dans les années 1970-1980 ?

La filière des fruits et légumes frais, en tant qu'ordre institutionnel réunissant des entreprises individuelles et des organisations collectives, des distributeurs, des administrations publiques et des organisations de représentation syndicale ou professionnelle, est gouvernée par rapport à des problèmes spécifiques, construits par les acteurs qui opèrent en son sein, problèmes qui ne sont pas uniquement des déclinaisons de ceux construits au sein des arènes sectorielles.

Ainsi, un des premiers problèmes construits par les acteurs de la filière, et les producteurs en particulier, est celui de l'atomisation de la production, se traduisant par sa domination par les intermédiaires présents à tous les stades de la mise en marché. La filière des fruits et légumes frais va donc se doter d'institutions portant sur l'organisation du marché, en cherchant notamment à regrouper l'offre pour modifier la structure des relations concurrentielles au profit des acteurs de l'amont ainsi qu'à clarifier l'organisation des circuits de distribution en organisant un réseau de distribution moderne (Bernard de Raymond, 2010).

### ***1.2.1. L'état des structures commerciales à la fin de la Seconde guerre mondiale***

A la fin de la seconde guerre mondiale, les producteurs de fruits et légumes s'organisent au sein de syndicats départementaux de producteurs maraîchers spécialisés et de sections locales spécialisées en fruits et légumes des Fédérations Départementales du Syndicat des Exploitants Agricoles (FDSEA). Deux fédérations nationales sont créées en 1946, la Fédération Nationale des Producteurs de Légumes (FNPL) et la Fédération Nationale des Producteurs de Fruits (FNPF). Ces deux organisations ont vocation à représenter l'ensemble des producteurs commercialisant leurs fruits et légumes sur les marchés du frais. Elles se font les hérauts d'une conception libérale du marché, puisque dès leur création, elles réclament une libération du marché et des prix des produits. Néanmoins, cette posture valorisant la libre-concurrence comme moteur de la modernisation de la filière n'est pas partagée par tous les acteurs, loin s'en faut. Au contraire même, le problème central que soulèvent les pouvoirs publics et une partie des acteurs de la production est un problème d'organisation du marché.

En effet, comme le montrent plusieurs études de cas réalisées entre 1950 et la première moitié des années 1970<sup>12</sup> portant sur l'approvisionnement en fruits et légumes des centres urbains, le monde de la production fruitière, légumière et maraîchère est à l'époque

---

<sup>12</sup> On peut citer, par ordre chronologique, les travaux de M. Oliveiro (1952) sur les cultures maraîchères périurbaines à Nantes, de J. André (1954) sur l'approvisionnement du marché parisien, de M. Thomassin (1959) sur le marché lillois, d'A. Barrielle (1967) sur les circuits d'approvisionnement des marchés marseillais, de M. Vincent (1971) sur l'approvisionnement de Grenoble en fruits et légumes, de C. Muller (1972) sur les marchés de gros normands et enfin de D. Balaesque (1973) sur le développement des circuits hors-marché.

particulièrement soumis à la pression qu'exercent sur eux un petit nombre d'expéditeurs privés en situation de quasi-monopole local, la vente sur les marchés de gros étant plutôt peu répandue (André, 1954 ; Mainié, 1963 ; Gervais, 1972). La domination exercée par ces expéditeurs sur les producteurs s'explique à la fois par l'atomisation de l'offre, ce monde étant encore très largement organisé autour de petites et moyennes exploitations familiales dans lesquelles la production de fruits et légumes a souvent une fonction complémentaire par rapport à la production vivrière, mais également par le déploiement d'asymétries d'information au bénéfice des intermédiaires<sup>13</sup> qui occupent une position interstitielle entre les producteurs et le marché, cette position leur permettant d'en retirer un profit économique (Akerlof, 1970).

Dans ce contexte, les producteurs de fruits et légumes subissent « le marché » et les variations de prix imposées par les stratégies de ces intermédiaires. En effet, la plupart des zones de production sont situées à l'écart des marchés de consommation urbains<sup>14</sup>, rendant nécessaire l'intervention d'opérateurs marchands assurant des fonctions d'intermédiation entre producteurs et grossistes ou commerçants-détaillants urbains. La plupart de ces intermédiaires pratiquent la vente à la commission, c'est-à-dire que le produit, jusqu'à sa cession finale sur le marché, appartient à son producteur. Ceci permet notamment de réduire les risques de mévente pour les intermédiaires, grossistes, expéditeurs, etc.

En général, l'échelonnement entre les deux bouts de la chaîne comprend quatre intermédiaires. Le premier maillon est celui des grossistes-expéditeurs qui ont une fonction de conditionnement et d'expédition lointaine, puis viennent les transporteurs, les grossistes destinataires assurant la distribution des produits dans leur ville ou leur région et enfin les détaillants. De plus, des intermédiaires « secondaires » s'immiscent fréquemment dans les chaînes de distribution : ce sont des ramasseurs dont la fonction est de recueillir les lots de production destinés aux expéditeurs, des groupeurs qui réunissent des lots de petits volumes pour bénéficier de tarifs de transport avantageux, des répartiteurs qui placent auprès des

---

<sup>13</sup> A. Bernard de Raymond, dans sa thèse, montre que la capacité des expéditeurs « à faire la loi » sur le marché local procède de l'existence d'asymétries d'information, les producteurs connaissant très mal ou très peu leurs marchés. En revanche, ces expéditeurs, majoritairement de petite taille, se trouvent dans la même situation face aux groupeurs à qui ils confient le transport de leurs produits qui sont les seuls à connaître à la fois l'amont (les expéditeurs en l'occurrence) et l'aval (les grossistes et semi-grossistes des centres de consommation) (Bernard de Raymond, 2007, p. 89-90).

<sup>14</sup> Même si, comme le montrent M. Oliveiro (1952) et A. Barrielle (1967), une partie non négligeable de la production fruitière et légumière « locale », produite en périphérie des centres urbains nantais et marseillais arrive sur le marché directement, sans que ne soient mobilisés des intermédiaires. Mais les opérations de commercialisation étant coûteuses en temps de travail, les producteurs locaux ont souvent aussi tendance à confier leur production à des ramasseurs-transporteurs qui vendent à la commission pour eux sur le marché.

grossistes destinataires des lots de marchandise qui leur ont été confiés par les producteurs et / ou les expéditeurs et des demi-grossistes qui s'approvisionnent au stade du marché de gros terminal et non au stade de départ, au contraire des grossistes (Grosse, 1977).

Ainsi, au début des années 1960, les structures du marché des fruits et légumes sont encore extrêmement opaques et toujours empreintes d'un certain archaïsme, alors que dans le même temps, les niveaux de production augmentent et que de nouvelles régions se spécialisent dans la production de fruits et légumes. C'est ainsi un problème défini comme relevant de l'organisation et de la modernisation du marché sur lequel tentent d'agir les producteurs et les pouvoirs publics :

« Une prise de conscience des difficultés actuelles et futures dans la commercialisation des fruits et légumes se fait jour. La perspective d'un accroissement de la production, aussi bien dans les régions traditionnelles (où face aux expéditeurs existent déjà des coopératives) que dans les régions nouvellement venues aux fruits et aux légumes (où l'équipement commercial est rudimentaire), amène les producteurs à se soucier de leur avenir et l'Etat à intervenir dans ce domaine. » (Mainié, 1963, p. 15)

Pourtant, ce problème demeure particulièrement flou et mal défini, notamment dans l'élaboration et l'application du décret du 22 novembre 1962 relatif à la loi complémentaire du 8 août 1962 sur la création des groupements de producteurs. Ainsi, « l'organisation du marché » renvoie à une notion « trop imprécise [...] qui concerne tantôt l'organisation du marché du produit et vise l'équilibre des courants commerciaux, tantôt l'organisation des producteurs sur leur marché, en vue de renforcer leur pouvoir économique » (Belhomme, 1964, p. 45). Le problème de l'organisation du marché est ainsi construit par rapport à deux types de problématiques : un portant sur la rationalisation des circuits commerciaux et l'autre sur le nécessaire rééquilibrage des rapports de force entre producteurs et intermédiaires par le renforcement des statuts coopératifs et l'incitation au regroupement. Dans les faits, loin de se compléter, ces deux approches vont au contraire tracer des lignes de partage assez nettes au sein de la filière sur la question de la commercialisation des produits, et institutionnaliser la coexistence de deux espaces marchands distincts, centrés sur des manières différentes de traiter et d'évaluer la qualité des produits (Bernard de Raymond, 2013).

### **1.2.2. Moderniser les structures de la distribution : la politique des marchés physiques à la française**

Concernant l'organisation et la clarification des circuits commerciaux, dès 1953 est entreprise une politique d'envergure nationale dans le cadre du décret 53-959 du 30 septembre 1953 visant à fondre l'ensemble de la réglementation des marchés de gros de denrées alimentaires dans un cadre unique, à travers la création d'un réseau de Marchés d'Intérêt National (MIN) :

« Le but du décret est de fondre l'ensemble des marchés de gros de denrées alimentaires dans une réglementation commune et d'unifier le marché national, en mettant en concurrence l'ensemble des circuits de distribution et en les modernisant. Ceci implique (i) de concentrer l'ensemble de l'offre et de la demande d'une région donnée sur un même lieu (le MIN) afin qu'il y ait une réelle concurrence et (ii) de diminuer les frais matériels de distribution en employant des moyens techniques modernes (de transport – sous froid notamment –, d'emballage, de manutention). Ces deux ensembles de mesures, ainsi que le développement de la normalisation des produits, doivent permettre une « clarification des transactions » et l'émergence d'un « juste prix » » (Bernard de Raymond, 2010, p. 5).

Ces nouveaux marchés n'obtiennent pas l'assentiment unanime des producteurs dont certains souhaitent, suite aux crises du chou-fleur (mars 1957) et de l'artichaut (mi-juin 1958), mettre en place, à l'image des exemples néerlandais et belges, des systèmes de marchés au cadran (*veilings*) permettant de rééquilibrer les relations entre eux et les acteurs de l'aval par la centralisation et l'anonymisation des ventes grâce à un système d'enchères<sup>15</sup>. Dans ce contexte, marqué par le mécontentement des producteurs quant à leur faible capacité de négociation des prix, l'article 1 du décret 58-550 du 28 juin 1958 prévoit que les installations des marchés de gros devront permettre l'installation d'une salle de vente aux enchères. Néanmoins, à l'inverse des Pays-Bas ou de la Belgique, ce système restera relativement confiné autour de quelques bassins de production. En effet, les grossistes pressentent d'une part que sa généralisation portera atteinte à leur fonction d'intermédiation et à leur maîtrise sur la filière (ces dispositifs reposant sur la normalisation des produits, ils portent en eux les germes d'une dématérialisation croissante des échanges), et sont bien conscients, d'autre

---

<sup>15</sup> Pour plus de détails sur le principe de fonctionnement de ces marchés au cadran, nous renvoyons le lecteur à l'article désormais classique de M.-F. Garcia-Parpet (1986) consacré au marché des fraises de Fontaines-en-Sologne.

part, que ces systèmes reposant sur le principe de la vente ferme reporteront sur eux le risque économique autrefois assumé par les producteurs (Bernard de Raymond, 2010, p. 12).

La modernisation des structures de distribution des fruits et légumes sera donc entreprise autour de la constitution d'un réseau de MIN moderne, connectés entre eux par de nouvelles infrastructures logistiques (gares SNCF, proximité d'axes de transport importants, etc.), mais surtout par un système d'information permettant de faire émerger des cours nationaux par familles de produits, à condition toutefois que les productions mises en marché sur un MIN soient suffisamment représentatives de l'offre locale et conséquentes en termes de volumes. Le choix de cette solution, alors que d'autres étaient envisagées dans le même temps et défendues par un nombre important de producteurs, confirme bien le rapport de force à l'avantage des acteurs de l'aval de la filière qui s'institutionnalise. En effet, au début des années 1960, les producteurs de la filière des fruits et légumes frais ont toujours du mal, malgré l'existence de fédérations spécialisées comme la FNPF et la FNPL, à porter leurs revendications politiques de manière collective.

Rapidement, la France se dote d'un réseau de 19 MIN situés dans les plus grandes agglomérations (les MIN « de consommation »), et dans les principales zones de production (les MIN « de production »). Alors que les premiers sont plutôt fréquentés par les grossistes et les détaillants, même si les producteurs représentent une part de l'activité non négligeable sur certains d'entre eux, les seconds sont, eux, fréquentés par les producteurs, les expéditeurs et les grossistes. Dans certains cas, comme à Bordeaux, des conflits politiques naissent entre les acteurs de la filière, entre ceux qui voient dans le MIN un progrès et ceux qui restent attachés aux marchés de gros traditionnels qui, en dépit du périmètre de protection, continuent à être tolérés par les pouvoirs politiques locaux (Annexe 4, p. 395). Ces marchés voient dans l'ensemble leur activité augmenter rapidement jusqu'au début des années 1970, moment à partir duquel les tonnages traités stagnent, voire, pour certains marchés de consommation comme Bordeaux ou Marseille, décroissent (Tableau 5), du fait notamment d'une réorganisation des circuits de distribution sous l'impulsion de l'essor du commerce intégré qui s'approvisionne de plus en plus via des circuits « hors-marché ».

Le développement de ces approvisionnements directs sans confrontation physique de l'offre et de la demande est favorisé par le renforcement des statuts du secteur coopératif à la fin des années 1950. De ce point de vue, la politique visant à créer un réseau de distribution moderne, centré sur des marchés physiques concentrant la majorité de l'offre disponible à l'échelle d'un bassin de production ou de consommation pour faire émerger des cours

nationaux par familles de produits, supprimer les intermédiaires superflus et permettre aux producteurs de se doter de repères cognitifs (cours de marché, confrontation de l'offre et des demandes) leur évitant de se trouver systématiquement dominés par les expéditeurs peut être considérée comme un échec partiel.

**Tableau 5 : Evolution des tonnages sur un échantillon de MIN (1965-1975)**

MIN	1965	1969	1975
Agen	45 142	67 825	84 451
Avignon	99 831	142 210	163 205
Bordeaux	136 000	162 140	137 137
Cavaillon	-	304 651 (1971)	327 188
Marseille	-	170 500 (1973)	162 041
Nîmes	36 290	68 149	66 071
Rungis	-	1 317 255 (1970)	1 399 756
Strasbourg	-	80 710	102 547
Toulouse	167 456	171 517	212 477

*Source : Bernard de Raymond, 2007, p. 176*

En effet, si les MIN ont bien permis, dans certaines régions et pour certains produits, la concentration des circuits de distribution escomptée, la deuxième manière d'organiser le marché, centrée non plus sur la concentration et la clarification des circuits de distribution, mais sur la concentration de l'offre via la création de groupements de producteurs, va rapidement limiter la capacité structurante des MIN à l'échelle nationale. En effet, la concentration des structures de production et les regroupements de producteurs se traduisent par une évolution des circuits de distribution des produits, qui transitent de moins en moins par des marchés physiques, et de plus en plus, par des marchés dématérialisés dans lesquels les producteurs et les clients (dont la nature change) ne se côtoient plus physiquement.

### ***1.2.3. Regrouper l'offre pour rééquilibrer les rapports de force producteurs/distributeur***

La deuxième manière d'envisager l'organisation du marché renvoie à la nécessaire concentration de l'offre via l'incitation au regroupement (même si ces deux options – rationalisation des circuits et regroupement de la production – étaient censées se compléter). A l'époque en effet, les filières sont encore faiblement organisées, à l'exception de quelques filières d'élevage. Dans les fruits et légumes, ces modes d'organisation sont extrêmement marginaux, la production et la commercialisation étant réalisées individuellement.

C'est ainsi que le statut de la coopération agricole, déjà renforcé en 1947, se trouve aménagé par la loi complémentaire du 8 août 1962 sur la création des groupements de

producteurs. Ceux-ci concernent quatre filières (fruits et légumes, œufs de consommation et poulets de chair, viande bovine, élevage et viande de porc) et reconnaissent comme groupements les coopératives et les Sociétés d'intérêt collectif agricole (Sica). Alors que les coopératives étaient déjà bien implantées dans certaines d'entre elles (notamment celles du bétail et de la viande), les fruits et légumes découvrent ce nouveau mode d'organisation à ce moment-là. Ainsi, sur les 96 dossiers examinés par la Commission Nationale Technique chargée d'étudier la capacité des groupements à organiser la production en 1964, 67 dossiers étaient portés par des groupements de producteurs de fruits et légumes<sup>16</sup>. Pour prétendre à un statut de groupement, quatre règles portant sur la discipline interne des producteurs devaient être respectées : celles portant sur le contrôle et la sélection des souches utilisées (dans le cas des fruits et légumes, cela se traduisait par le contrôle et la sélection variétale), sur la normalisation des qualités, sur la mise en marché (apport total de la production au groupement), et enfin sur le ramassage et les modalités de règlement du prix aux adhérents.

Néanmoins, cette tentative d'organisation du marché des fruits et légumes autour de groupements de producteurs est rapidement confrontée à ses propres limites. Premièrement, le poids des groupements est très inégal en fonction des régions et leur capacité à se substituer aux expéditeurs privés également, du fait de routines particulièrement ancrées. Par exemple, à Marmande, un marché d'expédition est créé par les producteurs de tomates et les pouvoirs publics afin de concurrencer la pratique du ramassage direct qui place les premiers dans une situation de dépendance vis-à-vis des expéditeurs. Ce marché atteint rapidement un tonnage important (7 000 tonnes de tomates y sont écoulées chaque année). Mais cette solution se révèle insuffisante, puisqu'elle freine en fait l'accroissement des volumes traités par les groupements de producteurs (1 500 tonnes par an) et ne remet pas en cause le pouvoir des expéditeurs privés qui traitent toujours 15 000 tonnes de tomates annuellement (Mainié, 1963).

Deuxièmement, dans un contexte marqué par le développement du commerce succursaliste et la concentration des entreprises du stade de gros, ces groupements sont souvent trop petits pour lutter à armes égales avec les acteurs de l'aval. En effet, au début des années 1960, ces organisations sont encore caractérisées par une taille modeste et des volumes relativement faibles. Dans une étude portant sur 85 groupements de producteurs en fruits et légumes, P. Mainié montre ainsi qu'en 1962 39 % des coopératives de son échantillon avaient

---

<sup>16</sup> Sur ces 67 dossiers, 54 seront reconnus. Les refus concernent « des organismes très divers allant de la société de type capitaliste camouflée jusqu'au syndicat n'exprimant que des déclarations d'intention » (De Fabrègues, 1964, p. 81).

un volume inférieur à 1 000 tonnes, représentant seulement 10 % des tonnages traités par l'ensemble des coopératives (Tableau 6). La faible capacité en termes de volumes de ces groupements en a incité certains à développer des alliances régionales ou interrégionales autour de gammes de produits élargies pour tenter de peser plus fortement sur les négociations commerciales avec les clients les plus importants et sécuriser des approvisionnements réguliers sur l'année.

**Tableau 6 : Répartition de la taille des groupes suivant les tonnages vendus en 1962**

Limite des classes en tonnes	Nombre	Pourcentage cumulé	Tonnage traité	Pourcentage cumulé du tonnage traité
0 – 1000 exclus	33	39	15 750	10
1000 – 2000	23	66	32 250	30,5
2000 – 3000	14	82,5	33 500	52
3000 – 5000	9	93	31 500	72,5
5000 – 8000	3	96,5	16 500	83
8000 – 10000	2	99	18 000	94
Plus de 10000	1	100	10 000	100
Total	85		156 500	

*Source : Mainié, 1963, p. 8*

Entre les années 1960 et 1970, le premier problème qui accapare le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais est donc celui de l'organisation de la distribution. Face à la prolifération des intermédiaires, aux pratiques des expéditeurs privés qui tirent avantage de leur connaissance du marché pour faire baisser les prix et à la concentration du stade de gros, un effort de regroupement de la production est entrepris pour permettre aux entreprises de l'amont lutter à armes égales avec les entreprises de l'aval dans les négociations commerciales. Néanmoins, cette politique plaçant au cœur des problèmes l'organisation de la distribution (soit par la modernisation des circuits, soit en organisant la concentration de l'offre et son regroupement) suppose qu'une autre question soit préalablement réglée, celle de la normalisation des produits qui seront échangés.

En effet, comme le montre bien A. Bernard de Raymond (2007 ; 2013), pour qu'un marché national – et, encore plus, européen – puisse exister, il faut que les acteurs soient en mesure de produire des équivalences entre les produits qui seront échangés, c'est-à-dire de les rendre comparables entre eux (Callon et al., 2000) en réduisant et en standardisant la gamme des variétés produites, en édictant des normes de commercialisation permettant de classer les fruits et légumes en fonction de leur écart à ces normes, etc. Le développement de ces formes

instituées de marquage des produits traduit un renforcement du poids des intermédiaires, des acteurs du commerce intégré en particulier, dans le gouvernement de la filière.

### **1.3. La normalisation des qualités, reflet du poids des acteurs de l'aval dans le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais**

Si nous avons jusqu'ici insisté sur le rôle de l'action publique dans la construction et la structuration sociale de la filière des fruits et légumes frais, cela ne doit pas conduire à négliger le poids d'une autre catégorie d'acteurs, les distributeurs, dans le gouvernement de celle-ci. Ils pèsent, en effet, de plus en plus sur ses orientations, au détriment des producteurs et de leurs organisations, et s'immiscent de manière particulièrement prégnante dans la (re)définition des choix de production et la définition des qualités marchandes des produits.

Dans ce contexte, l'organisation de la production autour de groupements de producteurs traduit finalement moins l'exigence, portée par les représentants des professionnels de la production, d'un rééquilibrage des rapports commerciaux entre ceux-ci et les distributeurs, que celle, portée par ces derniers, d'un ajustement qualitatif de la production aux besoins du marché. Ainsi, « l'organisation des producteurs a adapté les structures professionnelles d'amont aux besoins des puissances commerciales d'aval » (Grosse, 1979, p. 82). En effet, les groupements des producteurs cherchent, à l'époque, à stabiliser leurs relations commerciales avec les distributeurs les plus importants, souvent éloignés des bassins de production et des zones de ramassage (Nicolas, 1980), qui renforcent rapidement leur position sur le marché et rendent en partie caduque l'organisation traditionnelle de la distribution des fruits et légumes frais et marginalisent le poids économique des marchés physiques. Ceux-ci perdent d'ailleurs au cours de cette période une part importante de leur importance économique, au profit du développement des circuits hors-marché<sup>17</sup>.

Celui-ci, au cours des deux décennies 1960 et 1970, peut ainsi être relié au renforcement du poids des groupements de producteurs au niveau de la première mise en marché. Le développement des marchés physiques étant assez distant du monde coopératif, dans les régions où ce dernier est important, ceux-ci se font plus rares. Car ces groupements, dès leurs

---

<sup>17</sup> Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'en 1980, un dossier thématique de la revue *Etudes rurales* est consacré à l'étude des « Foires et marchés ruraux en France ». Prenant acte de la perte de centralité économique de ces modes d'échange des produits agricoles au profit des marchés « abstraits » et des circuits dématérialisés, nombre des contributeurs de ce numéro préconisent d'étudier, d'un point de vue sociologique et/ou anthropologique, la dimension sociale de ces marchés physiques. Ceci explique sans doute le tribut que ces deux disciplines paient encore aujourd'hui en s'attachant à l'étude de marchés concrets, dont les circuits courts sont en quelque sorte l'exemple canonique, dans une perspective plutôt relationniste (Amemiya et al., 2008). Peu de travaux (Lamine, 2005 ; Vincq et al., 2010) questionnent comment l'encastrement relationnel de ces formes d'échange impacte concrètement la réalisation, la forme des échanges marchands et les dynamiques de qualification des produits.

débuts, cherchent pour la plupart à contourner les marchés physiques et à développer les approvisionnements directs avec les supermarchés, les hypermarchés et les centrales d'achat des magasins succursalistes. Ainsi, le développement des circuits hors-marché en Aquitaine au début des années 1970 est-il expliqué comme la conséquence de stratégies opportunistes d'écoulement de produits de qualité inférieure sur les marchés physiques par les groupements de producteurs qui contrôlent une part importante de la mise en marché de certains produits comme la pomme (55 %), la poire (46 %) ou la pêche (39 %) :

« Ces groupements utilisent des circuits de distribution hors marché et empêchent le Marché de Brienne de jouer un rôle important dans la distribution des produits régionaux. Le marché de Brienne offre cependant à ces groupements de producteurs et aux expéditeurs l'avantage de la proximité. La majorité des groupements et des expéditeurs ont pour pratique d'expédier à Brienne, en commission, des marchandises trop mûres qu'ils ne « peuvent plus tenir » et qui ne pourront pas supporter un long voyage, ou des produits de qualité inférieure qu'ils ne peuvent écouler dans les circuits hors marché. » (Balaesque, 1973, p. 129-132)

Au-delà de ces stratégies conduisant les groupements de producteurs à arbitrer entre plusieurs circuits de commercialisation en fonction des opportunités de profit sur chacun d'entre eux, la préférence des magasins succursalistes ou des hypermarchés pour les circuits hors-marché tient à la recherche de lots homogènes de fruits, celle-ci étant plus difficile à obtenir sur les circuits de marché du fait de la diversité de l'offre proposée. Cette recherche d'homogénéité renvoie à un objectif commercial (présenter une qualité constante d'un magasin à l'autre ou à l'intérieur d'un même point de vente) et organisationnel (maintenir des relations pacifiées à l'intérieur du groupe succursaliste et faciliter le travail de dégroupage pour la centrale, ainsi que le paiement des fournisseurs).

Le développement rapide des circuits hors-marché et la dématérialisation des échanges qu'il implique rendent nécessaire, du point de vue des distributeurs (qu'ils soient des Grossistes à Service Complet (GASC)<sup>18</sup> ou des magasins appartenant à groupe succursaliste) la mise en place de nouvelles manières de garantir la régularité de la qualité des produits et

---

<sup>18</sup> Cette catégorie de grossiste apparaît au début des années 1960. Elle se différencie des grossistes traditionnels dits « de carreau » par une taille généralement plus importante, la proposition d'un service de livraison leur permettant de toucher une clientèle différente des premiers (grande distribution et groupes de restauration), ainsi qu'un travail centré sur la maîtrise de la variabilité des produits au moyen d'une contractualisation avec des unités de production de taille importante. Pour une description plus fine, voir A. Bernard de Raymond (2013).

l'homogénéité des lots commandés<sup>19</sup>. En effet, les transactions sont de plus en plus réalisées à distance, sans coprésence de l'acheteur, du vendeur et de la marchandise échangée (Bernard de Raymond, 2010). On assiste donc à une standardisation des modèles définissant la qualité à cette période, en même temps qu'à leur appauvrissement. Ainsi les procédures normées centrées sur des mesures objectivées permettant la vente sur catalogue ou par échantillon s'imposent peu à peu comme de nouveaux standards d'évaluation de la qualité des produits (Bernard de Raymond, 2013). Elles reflètent une transformation durable des systèmes de production et de distribution des fruits et légumes et des rapports de force entre acteurs de l'amont et de l'aval au profit de ces derniers.

A l'échelle nationale, les procédures de normalisation visent dans un premier temps les produits destinés à l'exportation. Ainsi, le décret portant règlement d'administration publique du 2 août 1947 rend obligatoire une marque spéciale sur les fruits, légumes, semences et plants exportés à l'étranger. Ce décret est complété par celui du 28 juillet 1956 relatif à l'application du label d'exportation à certains fruits et légumes<sup>20</sup>. Les articles 3, 4, 5 et 6 du décret précisent les conditions à respecter pour que les fruits et légumes concernés puissent bénéficier du label et être admis à l'exportation. Ils doivent, à cet effet, être « propres, sans trace de produits de traitement, fermes, bien formés, non éclatés, non écrasés, débarrassés des parties non comestibles [...], sains, c'est-à-dire exempts de tare interne ou externe et notamment de trace de maladie ou d'attaque d'insectes, non flétris et dépourvus d'humidité extérieure ».

L'article 4 précise en outre que « Chaque colis doit contenir des produits homogènes en qualité, calibre et variété horticole ». Les articles 5 et 6 sont relatifs au conditionnement et à l'emballage et précisent les informations obligatoires devant figurer sur chaque colis : le poids net ou le nombre d'unités contenues dans chaque colis, complétées par l'indication du calibrage. Ce travail de normalisation plaçant la question de l'apparence des produits au cœur des dynamiques de qualification marchande va redéfinir durablement la manière de gérer l'ensemble des opérations situées en amont de la distribution (Dubuisson-Quellier, 2003), en particulier celles liées à la sélection des variétés à produire.

---

<sup>19</sup> A l'instar du fonctionnement des marchés au cadran qui reposent eux aussi sur les stratégies de normalisation et d'homogénéisation des lots.

<sup>20</sup> Les principaux produits concernés sont les olives, les câpres, les tomates, les oignons, les échalotes, l'ail, les asperges, les choux, les épinards et salades diverses, les carottes, les navets, les betteraves, les légumes en cosse, les concombres et cornichons, les aubergines, courges et courgettes, les topinambours, les dattes, les agrumes, les figues, les raisins, les fruits à coques, les pommes, les poires, les coings, les fruits à noyau, les baies, les melons, etc.

Ces choix apparaissent en effet de moins en moins liés à l'adaptation des variétés aux conditions pédoclimatiques locales. Au contraire, la capacité des fruits et des légumes à satisfaire aux exigences du commerce, de plus en plus fréquemment exprimées en termes d'apparence et de conservation, devient le critère déterminant dans le choix de produire telle ou telle variété. En effet, les critères retenus par les pouvoirs publics français pour fonder les normes qui permettront d'évaluer la qualité des produits sont « des critères répondant aux besoins du *commerce* et porteront essentiellement sur l'*apparence*<sup>21</sup> du produit (forme, couleur, dimensions, état de l'épiderme) » (Bernard de Raymond, 2007, p. 284).

Ceci se traduit par une standardisation des variétés produites ainsi que par la réorientation rapide des systèmes de production, notamment en fruits où certaines variétés, introduites des Etats-Unis au début des années 1960 acquièrent alors un statut quasi hégémonique sur le marché français. Ainsi, sur la période 1962-1971, le marché français de la pomme se resserre autour de la variété Golden qui devient le standard productif et relègue peu à peu les autres variétés au rang de productions de complément (Tableau 7). Comme le montre l'exemple de la culture de pommes, les exigences portées par les acteurs de l'aval quant à la qualité des produits, définie par rapport à leur apparence extérieure, vont se traduire par une réduction du nombre de variétés par espèces. En particulier, les cultures traditionnelles de certaines variétés adaptées aux conditions pédoclimatiques d'une région vont souffrir de cette homogénéisation des choix portant sur les variétés à produire.

**Tableau 7 : Evolution de la diversité variétale de la production française de pommes (en milliers de tonnes)**

Campagne	62-63		66-67		70-71	
<b>Golden</b>	<b>221,3</b>	<b>27,8%</b>	<b>675,8</b>	<b>55,5%</b>	<b>1 027,1</b>	<b>65,8%</b>
Améric. Rouges	79,3	10,0%	182,6	15,0%	190,9	12,2%
Autres Améric. Précoces	0	0,0%	12,8	1,1%	37,5	2,4%
Reine des Reinettes	43,1	5,4%	71,2	5,8%	44,7	2,9%
<b>Canada Boskoop</b>	<b>86,9</b>	<b>10,9%</b>	<b>72,3</b>	<b>5,9%</b>	<b>49,5</b>	<b>3,2%</b>
Reinette du Mans	38,4	4,8%	28,6	2,3%	12,7	0,8%
Reinette Clochard	24,8	3,1%	19,3	1,6%	8	0,5%
Granny Smith	0	0,0%	0	0,0%	3,5	0,2%
Autres	<b>302,5</b>	<b>38,0%</b>	<b>155,6</b>	<b>12,8%</b>	<b>186</b>	<b>11,9%</b>
TOTAL	796,3	100,0%	1 218,2	100,0%	1 560	100,0%

Source : Loustau, 1982, p. 7

La question de la normalisation des produits montre bien comment, au cours de la période allant de 1945 au début des années 1970, la filière des fruits et légumes frais se dote

<sup>21</sup> Termes mis en italique par l'auteur

d'institutions permettant d'encadrer les rapports institués de distribution. Elle montre aussi que cette filière est gouvernée, de plus en plus, par les acteurs de l'aval qui imposent aux producteurs et à leurs groupements leurs propres critères de définition de la qualité commerciale d'un produit. Ce faisant, ils contribuent à peser fortement sur le choix des variétés qui seront produites et contribuent ainsi à déterminer les stratégies productives des acteurs de l'amont. Autrement dit, les distributeurs obtiennent un rôle décisif dans le gouvernement de la filière au cours de cette période. Mais si les rapports de pouvoir entre acteurs de la filière des fruits et légumes frais se transforment à cette époque, l'échelle à laquelle elle est gouvernée aussi. Alors que, jusqu'au début des années 1960, elle était structurée nationalement, la création de la Communauté Economique Européenne (CEE) en 1957 change la donne.

#### **1.4. L'eupéanisation du gouvernement de la filière des fruits et légumes**

Progressivement, l'espace au sein duquel sont gouvernés les rapports institués de production et de distribution des fruits et légumes frais se déplace vers l'échelle européenne. En effet, dès 1957, le Titre II (Agriculture) du traité de Rome fixe cinq objectifs à la PAC : accroître la productivité de l'agriculture, assurer un niveau de vie équitable à la population agricole, stabiliser les marchés, garantir la sécurité des approvisionnements, assurer des prix raisonnables aux consommateurs. Ces objectifs n'impliquaient alors pas d'organisation particulière des marchés agricoles (Butault et al., 2004). Ce n'est qu'à partir de 1958 que des propositions de création d'un marché agricole commun par famille de produits sont formulées par le commissaire en charge de l'agriculture, S. Mansholt. Trois principes d'action sur les marchés agricoles sont ainsi posés : leur unicité (impliquant la liberté complète des échanges entre Etats-membres et la mise en place de barrières douanières communes), la préférence communautaire et la solidarité financière (les dépenses induites par la PAC devant être assurées par le budget de la Commission européenne et non par chaque Etat-membre)<sup>22</sup>.

Six Organisations Communes de Marché (OCM) seront ainsi créées à partir de 1962 pour les principales familles de produits agricoles que sont les céréales, le porc, les œufs, la volaille, les fruits et légumes et le vin. Leur but est d'unifier les marchés nationaux à l'échelle

---

<sup>22</sup> L'instrument communautaire permettant de gérer cette solidarité financière est le Fonds Européen d'Orientation et de Garantie Agricole (FEOGA) scindé, dès 1964, en deux sections : la section Garantie, qui dispose d'un budget important, finance les dépenses des OCM et la section Orientation, en charge de la dimension socio-structurelle de la PAC. Cette répartition des dépenses va d'ailleurs à l'encontre d'une des propositions du commissaire Mansholt formulée en 1968, favorable à une politique des structures visant à promouvoir des exploitations performante de grande taille plutôt qu'une politique de soutien aux prix (Butault et al., 2004).

communautaire, par l'édiction de normes de qualité communes à chaque Etat-membre. Dans le cas de l'OCM fruits et légumes, les normes de qualité permettront « d'éliminer du marché les produits de qualité non satisfaisante, d'orienter la production de façon à satisfaire aux exigences des consommateurs et de faciliter les relations commerciales sur la base d'une concurrence loyale, en contribuant ainsi à améliorer la rentabilité de la production »<sup>23</sup>.

Le principal instrument de régulation dans le cadre de l'OCM fruits et légumes repose donc sur la protection du marché communautaire par l'édiction de normes de qualité et le maintien de barrières tarifaires pour les importations issues des pays tiers<sup>24</sup>. Il faudra pourtant attendre 1972 pour que l'OCM fruits et légumes soit véritablement active. Entre temps, une période d'ambivalence subsiste entre règlements européens et prévalence des systèmes nationaux : le marché national français demeure ainsi protégé jusqu'en 1966 alors même que le principe de l'OCM est acté depuis quatre ans.

Dans le même temps, la normalisation devient obligatoire au niveau européen, pour 27 produits, entre 1965 et 1968. Comme pour le système de normalisation français, les normes européennes sont fondées sur les critères de forme, de calibre, de coloration, de l'état de maturité et de présentation de la marchandise (Praly, 2010). Elles aboutissent à une classification en trois catégories sensiblement équivalentes aux catégories françaises<sup>25</sup>. La catégorie Extra renvoie aux « produits de qualité supérieure », la catégorie I aux « produits de bonne qualité », la catégorie II aux produits « de qualité marchande qui ne peuvent être classés dans les catégories supérieures ». La qualité est définie par rapport à l'aspect extérieur, et en particulier par l'absence de défauts apparents visibles sur le produit. Le marquage standardisé des colis est également rendu obligatoire. Désormais, les informations suivantes doivent figurer sur chaque colis : identification de l'emballleur et/ou de l'expéditeur, nature du produit, origine du produit, caractéristiques commerciales (catégorie, calibre).

Par la suite, le règlement CEE n°159/66 du Conseil du 25 octobre 1966 portant dispositions complémentaires pour l'organisation commune des marchés dans le secteur des fruits et légumes pose trois nouveaux principes pour la réalisation de ses objectifs. Premièrement, il reconnaît les organisations de producteurs (OP) comme des acteurs centraux

---

<sup>23</sup> Règlement n°23 du Conseil du 4 avril 1962 portant établissement graduel d'une organisation commune des marchés dans le secteur des fruits et légumes

<sup>24</sup> Même si, dans le cadre de relations bilatérales, des exceptions peuvent être faites pour certains produits et à certains moments de l'année, en particulier en dehors des campagnes de production européennes.

<sup>25</sup> Si quatre catégories sont distinguées, seules les trois premières concernent le marché du frais : les catégories Extra, I et II, tandis que la catégorie III dans laquelle sont classés les produits présentant d'importants défauts visuels est plutôt destinée aux marchés de la transformation.

dans l'organisation des marchés et la régulation des prix et autorise, à ce titre, l'octroi d'aides à l'investissement et au fonctionnement lors des trois premières années de création par les Etats-membres. Deuxièmement, il fixe le principe du retrait : en cas d'effondrement des cours pour un ou plusieurs produits, les OP ont la latitude de ne pas vendre en-dessous d'un certain niveau de prix. Les Etats-membres, eux, doivent acheter la production à un « prix d'achat » équivalent à un pourcentage du prix de base<sup>26</sup>, lui-même calculé sur à partir de la moyenne arithmétique des cours constatés sur le ou les marchés représentatifs de la Communauté situés dans les zones de production excédentaire ayant les prix les plus bas, pendant les trois campagnes précédant la date de fixation du prix de base, pour un produit défini dans ses caractéristiques commerciales. De plus, ce règlement comporte une dernière partie sur les relations d'échange avec les pays tiers. Le titre III précise en effet que pour les produits soumis à des normes de qualité, ne sont admis à l'exportation que ceux qui sont classés en Extra, I ou II (tout en précisant que des dérogations peuvent être accordées en fonction des exigences du marché de destination). En outre, ce règlement pose que les barrières douanières entre Etats-membres sont supprimées, pour les produits faisant l'objet d'une OCM, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1967.

Ce n'est pourtant que six ans plus tard, le 18 mai 1972, que le principe de l'OCM fruits et légumes est entériné par le règlement CEE 1035/72 du Conseil portant organisation commune des marchés dans le secteur des fruits et légumes. Ce règlement, dans son premier paragraphe, est justifié par le fait « que les dispositions fondamentales concernant l'organisation des marchés dans le secteur des fruits et légumes sont actuellement éparées dans plusieurs règlements distincts, élaborés à des moments différents et, pour certains d'entre eux, modifiés plusieurs fois depuis leur adoption ; que ces textes, en raison de leur nombre, de leur complexité et de la difficulté de coordonner leurs dispositions, sont dépourvus de la clarté que doit présenter toute réglementation »

Autrement dit, il est reconnu que l'élaboration d'un marché commun ne peut se faire sans une réglementation commune qui permettrait à l'ensemble des acteurs de disposer des mêmes cadres juridiques et réglementaires leur permettant de former des anticipations communes et ainsi, de coordonner plus efficacement leurs actions (Beckert, 2003 ; Bessy et al., 2011). Ainsi l'OCM nouvellement créée place au cœur de son dispositif d'action les « normes de qualité » des produits, dont la définition ne change pas par rapport à celle du

---

<sup>26</sup> Pour les tomates et les choux-fleurs, entre 40 et 45 % du prix de base, pour les pommes et les poires, entre 50 et 55 %.

règlement n°23 de 1962 puisqu'elle met toujours en avant les caractéristiques physiques que doit respecter le produit. Ces normes, comme le fait remarquer Bernard de Raymond,

« servent à la fois aux acteurs du marché, dans la mesure où elles servent de référence dans les transactions et construisent des espaces d'équivalence qui permettent de comparer les produits, et aux pouvoirs publics à qui s'offre la possibilité de manipuler les normes de qualité pour éviter des déséquilibres trop importants du marché et les perturbations des prix qui en découlent. » (Bernard de Raymond, 2007, p. 334).

Par ailleurs, ce nouveau règlement reprend les dispositions de 1966 relatives aux OP et à la possibilité de mettre en œuvre, en cas de surproduction entraînant un effondrement des prix, des mesures de retrait cofinancées par les OP, les Etats-membres et l'Europe. Enfin, le principe du marché commun et la suppression des barrières douanières entre Etats-membres est maintenu. Désormais, les marchés des fruits et légumes frais seront gouvernés à l'échelle européenne. Ce gouvernement est centré sur l'organisation du marché : il s'agit de réaliser l'adéquation entre offres et demandes, notamment en éliminant les barrières entravant le commerce entre Etats-membres, en fixant des barrières douanières communes aux produits issus des pays tiers et en créant les conditions institutionnelles nécessaires au déploiement d'un marché concurrentiel et loyal dans l'espace communautaire, grâce au rôle des organisations de producteurs et de la normalisation.

En d'autres termes, le gouvernement européen de la filière des fruits et légumes frais se traduit par la création d'institutions portant sur les rapports institués de distribution (normalisation et suppression des barrières douanières), de production et sur la relation de financement, avec la création de mesures de financement des OP et le financement des retraits du marché en cas de crises de surproduction. Néanmoins, comparées à d'autres OCM comme les céréales ou la viande, les institutions portant sur la relation de financement sont beaucoup moins centrales dans le fonctionnement de l'OCM.

Malgré l'institutionnalisation d'un gouvernement de la filière des fruits et légumes frais à l'échelle européenne portant sur les rapports institués de financement, de commercialisation et de production, ces relations ne sont pas gouvernées exclusivement à cette échelle. C'est pourquoi l'échelle de gouvernement européenne entre parfois et sur certains points en contradiction avec les échelles de gouvernement nationales, comme en attestent certaines décisions de justice prises par la CEE à l'encontre d'Etats-membres refusant de se plier aux normes de commercialisation européennes, par exemple en maintenant des barrières

douanières déguisées entre Etats. Ainsi, si l'échelle de gouvernement européenne s'impose comme une échelle centrale du gouvernement de la filière, elle est aussi fondamentalement incomplète et entre régulièrement en conflit avec les échelles nationales.

## **2. La filière des fruits et légumes frais aux prises avec l'évolution de ses marchés (1972-1992)**

Le gouvernement de la filière, avant 1972, s'est traduit par la création d'institutions spécifiques encadrant les relations de commercialisation (normalisation, unification des marchés, groupements et OP), de production (les groupements de producteurs doivent faire respecter des règles strictes concernant la production, les choix des distributeurs réduisent le nombre de variétés produites, etc.) et de financement (les retraits sont financés par l'OCM, les OP bénéficient d'aides européennes lors de leur création). En revanche, la relation d'emploi reste gouvernée au niveau national, et n'a pas donné lieu à la production d'institutions spécifiques à la filière.

En 1972, le gouvernement européen de la filière des fruits et légumes frais est renforcé par la création d'une OCM spécifique. A partir de cette date, les enjeux auxquels doit faire face la filière sont de plus en plus problématisés en termes d'adaptation des productions au marché et à ses évolutions. En effet, alors que les objectifs présidant, dans la période d'après-guerre, à la modernisation des systèmes de production et de distribution des fruits et légumes visaient à améliorer l'autosuffisance alimentaire européenne, dès la fin des années 1960, les producteurs se trouvent confrontés à un ralentissement de la consommation. Dans le même temps, les producteurs et leurs organisations sont également confrontés à un renforcement de la concurrence de la part des pays tiers sur le marché européen. De même, les élargissements successifs de la CEE, se traduisant par l'arrivée de nouveaux pays producteurs qui seront soumis aux mêmes conditions d'accès aux marchés, fragilisent la position des producteurs de certains pays dont les coûts de production sont parmi les plus élevés, comme la France ou les Pays-Bas, et favorisent l'intensification des modes de production.

Ces évolutions structurelles, visibles dès le début des années 1970, nécessitent la production de nouvelles institutions pour encadrer la production et la commercialisation des fruits et légumes et mieux maîtriser les marchés. Désormais, le problème qui se pose aux acteurs de la filière des fruits et légumes frais est de favoriser une meilleure coordination entre acteurs de l'amont et de l'aval, de manière à lutter contre la baisse de consommation et à limiter les stratégies opportunistes de court terme qui tendent à déstabiliser les marchés. C'est

dans cette optique que sont créées, à partir des années 1975, les interprofessions agroalimentaires, dont Interfel, l'interprofession nationale des fruits et légumes.

Afin de mieux contextualiser le travail de problématisation que mettent en œuvre les acteurs de la filière des fruits et légumes frais, nous présenterons dans un premier temps les évolutions structurelles auxquelles fait face entre 1972 et 1992 la filière des fruits et légumes frais : ralentissement et évolution des habitudes de consommation et réorganisation sociologique des stades de la distribution sous l'effet de la concentration des distributeurs. Dans un deuxième temps, nous chercherons à montrer comment ces changements structurels se traduisent par la stabilisation de nouvelles interprétations des enjeux auxquels les acteurs de la filière sont confrontés.

Au contraire d'autres filières, celles des fruits et légumes frais est particulièrement impactée par l'imposition de ce nouveau référentiel. En effet, les fruits et légumes sont construits par les gouvernants de la filière comme des produits entretenant une proximité « naturelle » avec le marché (Bernard de Raymond, 2013). Du fait des contraintes inhérentes à leur périssabilité, tout l'enjeu pour les acteurs de la filière consiste à raccourcir les délais entre récolte et mise en marché et à rationaliser les systèmes logistiques de distribution. Il n'est donc pas étonnant que cette filière ait été ordonnée par rapport à un référentiel marchand bien avant les filières les plus intégrées au complexe agroindustriel, comme la viande ou les céréales qui bénéficiaient en outre d'institutions puissantes portant sur la relation de financement protégeant, dans une certaine mesure, les producteurs des aléas du marché. La filière des fruits et légumes frais, sur ce point, est relativement peu dotée en institutions qui permettraient de protéger les acteurs de l'instabilité et de la volatilité des cours. L'imposition d'un référentiel marchand ordonnant les représentations et les pratiques des acteurs se traduit ainsi par une complexification des circuits de distribution des fruits et légumes ainsi que par la poursuite de la transformation des systèmes de production.

### **2.1. La déstabilisation des institutions de la filière des fruits et légumes frais**

La notion de changement de référentiel pourrait laisser croire à une rupture brutale dans la manière de « lire » les causalités d'une part, et rupture dans la façon de se représenter le monde. Elle appellerait donc à identifier un moment précis, décisif, dans ce changement. Or, il s'agit plutôt de glissements sémantiques, symboliques et cognitifs successifs, de désajustements puis de réajustements (Muller, 2015), de processus continus d'institutionnalisation, désinstitutionnalisation et réinstitutionnalisation (Jullien, Smith, 2012)

au cours desquels les acteurs redéfinissent l'environnement auquel ils sont confrontés pour agir et se donner prise dessus. Afin de décrire la manière dont ces acteurs redéfinissent les enjeux auxquels ils sont confrontés, il convient donc d'étudier ces changements et la manière dont ils sont interprétés.

Ceci suppose donc de montrer à la fois que la situation a changé, du moins de leur point de vue, et que la manière dont ce changement est interprété appelle progressivement la mise en place de nouvelles institutions pour y répondre. Ces changements auxquels sont confrontés les acteurs français et européens de la filière sont de trois ordres : une remise en cause de la PAC et de ses instruments de protection du marché, le renforcement de la concurrence étrangère et internationale pour les producteurs dans un contexte marqué par un ralentissement de la consommation de fruits et légumes.

### ***2.1.1. L'impact de la réforme de la PAC sur la filière des fruits et légumes frais***

Les années 1970 et 1980 marquent un tournant décisif pour la PAC, puisque le projet européen de politique agricole commence à se trouver attaqué dans ses fondements. Les performances de l'agriculture française et européenne sont telles, au début des années 1970, que les objectifs fixés à certaines filières au moment du traité de Rome (céréales, viande, lait, etc.), à savoir d'assurer l'autosuffisance alimentaire et de devenir une zone exportatrice, sont atteints. Néanmoins, dès le début des années 1970, ce qui apparaîtra rétrospectivement comme l'« âge d'or » de l'agriculture moderniste semble déjà en passe d'être révolu. En effet, dès lors que l'objectif d'autosuffisance a été atteint, que la CEE est devenue exportatrice (en particulier pour les produits les plus soutenus), la PAC a été confrontée aux premières crises de surproduction, dont le caractère structurel – et non conjoncturel – remettait en cause la légitimité du soutien européen des prix en interne (avec l'augmentation du coût pour les Etats-membres que cette situation engendrait) et en externe (ces mesures de soutien par les prix étant associés, par les pays concurrents, à des formes de distorsion de la concurrence) (Fouilleux, 2003). Or, les fruits et légumes frais, en tant que productions dont les prix étaient plutôt peu soutenus par l'échelle européenne, demeurent dans une certaine mesure à l'écart de ce mouvement de remise en cause de la légitimité de la politique de soutien des prix.

Dans cette filière, les problèmes posés par les mesures protectionnistes du marché (préférence communautaire et soutien des prix) se traduisent par une augmentation des prix payés par les consommateurs européens et une compétitivité « gonflée » des produits agricoles européens sur les marchés mondiaux. Le surcoût généré par ces mesures appelle, dès la fin des années 1970 une série de réformes visant à réduire le coût de l'intervention

européenne en limitant la production d'excédents : instauration d'une taxe dite de coresponsabilité sur le lait (1977) et les céréales (1986) visant à faire participer les producteurs au financement du coût des excédents, mise en place des quotas laitiers en 1984, introduction d'une discipline budgétaire avec la limitation dès 1988 de la croissance des dépenses du FEOGA « Garantie », réduction du soutien pour les céréales et les protéagineux au-delà de certaines quantités, etc. L'ensemble de ces réformes traduit bien l'idée d'un basculement progressif d'une conception protectionniste d'un secteur économique vers une approche plus libérale, dans laquelle l'intervention publique ne doit pas venir perturber les marchés<sup>27</sup> (Butault et al., 2004).

De fait, la filière des fruits et légumes frais est moins concernée par cette évolution du système de protection du marché communautaire, du fait du caractère relativement marginal du soutien des prix des fruits et légumes par l'Europe. Néanmoins, elle s'est dotée d'instruments financiers permettant de dédommager les agriculteurs en cas de crises de surproduction. En effet, dans le cadre de l'OCM, les Etats-membres et la Communauté ont la possibilité d'organiser un retrait des produits du marché en cas de surproduction qui menacerait la stabilité des prix de marché. Or cette aide est rapidement détournée de sa fonction initiale d'aide conjoncturelle pour devenir une rente, puisque certains producteurs ou groupements produisent volontairement des surplus de mauvaise qualité destinés à être automatiquement retirés du marché pour toucher les subsides européens. De plus, certains groupements qui bénéficient des aides communautaires du fait de leur rôle supposé sur l'organisation et la concentration des circuits de distribution ne développent aucune stratégie sur les plans de la production ou de la commercialisation. Ces deux éléments (inefficacité des aides liées au retrait des produits et groupements ayant fonction de « boîte aux lettres ») concourent à mettre en avant, dès le milieu des années 1980, les positions des tenants d'une approche plus libérale et moins réglementée de la protection des marchés agricoles. Au cours de cette période, on assiste donc aux premières déstabilisations des institutions européennes de la filière encadrant la relation de financement, qui sont alors envisagées comme nocives car encourageant l'augmentation quantitative au détriment d'une augmentation qualitative.

---

<sup>27</sup> Il faut ici noter l'importance des négociations internationales dans ce changement de représentation et l'assouplissement des mesures de protection du marché qui intervient à la fin des années 1980. En effet, en vue de préparer un accord lors du cycle des négociations internationales (Uruguay round) lancées en 1986, les Etats-Unis forcent les Européens à mettre en œuvre la libéralisation de leurs marchés agricoles.

### **2.1.2. Européanisation et internationalisation des échanges de fruits et légumes**

Au-delà des premières critiques exprimées à l'encontre des instruments communautaires censés soutenir la filière des fruits et légumes frais, plusieurs éléments concourent dès le début des années 1970 à faire évoluer les pratiques et représentations des acteurs concernant les priorités et défis auxquels ils doivent faire face. Premièrement, les élargissements successifs de la CEE font peser de nouvelles contraintes sur la filière française, même si l'ouverture à trois pays d'Europe du Nord (Royaume-Uni, Irlande, Danemark) en 1973 ne fait pas craindre un renforcement de la concurrence aux producteurs français, ces trois pays n'étant pas exportateurs de fruits ou de légumes vers le marché français<sup>28</sup>. Au contraire, la tradition d'importation de ces pays laisse suggérer aux pays producteurs de fruits et légumes frais, dont la France, l'ouverture de nouveaux marchés. En revanche, les élargissements de 1981 et 1986, avec les entrées de la Grèce, puis de l'Espagne et du Portugal, pays producteurs et exportateurs de fruits et légumes, s'ils ouvrent de nouvelles perspectives en termes d'approvisionnement pour les distributeurs, puisqu'ils seront désormais exemptés de droits de douane, menacent la situation et le revenu des producteurs français. En effet, avant même l'intégration de l'Espagne dans la CEE, celle-ci occupait déjà une place prépondérante dans les échanges de fruits et légumes avec la France : en 1983, la moitié des importations françaises de légumes frais (celles-ci représentant alors un tiers des quantités distribuées sur le territoire national) provenait d'Espagne.

De manière générale, le commerce des fruits et légumes est marqué, à partir des années 1970, par l'intensification des échanges communautaires et internationaux ce qui tient, entre autres, aux possibilités offertes par l'amélioration de la conservation des produits frais et des systèmes logistiques. Ces améliorations permettent notamment à de nouveaux produits comme les fruits à noyau de supporter des voyages longue distance entre les pays producteurs de l'hémisphère sud et le marché européen (Codron, 1992). On assiste ainsi, au cours de cette période, et particulièrement après 1986, à une polarisation des approvisionnements du marché français et européen en fonction des produits. Alors que les échanges de légumes se déploient principalement à l'échelle communautaire et avec les pays méditerranéens extra-communautaires, les échanges de fruits s'internationalisent. L'internationalisation des échanges de fruits et légumes est certes encadrée par un système complexe de droits d'entrée

---

<sup>28</sup> Le Royaume-Uni, s'il est un producteur de légumes non négligeable en Europe, réserve la très grande majorité de sa production à son marché intérieur.

et de prélèvements<sup>29</sup>, elle se traduit néanmoins par la mise en concurrence des productions européennes par leurs homologues extracommunautaires :

« L'Europe, qui était et qui est toujours le principal marché de l'hémisphère Sud, a été elle aussi fortement concernée par l'évolution de ces dix dernières années. Ses importations jadis constituées presque exclusivement de pommes (vers le milieu des années 70, l'Europe importait environ 450 000 t de pommes, 50 000 t de poires et de 10 à 20 000 t de raisin), s'effectuent désormais sur une gamme de produits beaucoup plus large (l'Europe importe aujourd'hui environ 550 000 t de pommes, 150 000 t de poires, 130 000 t de kiwis, 100 000 t de raisin, 30 000 t de fruits à noyau...). » (Codron, 1992, p. 49)

Il faut noter que l'augmentation de ces importations concerne surtout des cultures disponibles en Europe, renforçant encore un peu plus la concurrence à laquelle sont soumis les producteurs français et européens vis-à-vis de leurs homologues des autres régions. En ce qui concerne les légumes, les importations concernent plutôt des approvisionnements de contre-saison ou de primeurs et se font plutôt en dehors des périodes de production en France et en Europe. Néanmoins, la généralisation des importations, en particulier sur les produits de contre-saison, se traduit par une désaisonnalisation des modes de consommation et une certaine banalisation des produits, sous l'effet notamment de la standardisation imposée aux opérateurs économiques par le renforcement de la position de la grande distribution dans la mise en marché des fruits et légumes frais (Bernard de Raymond, 2007).

### ***2.1.3. Concentration du stade de détail et baisse de la consommation***

Cette évolution, déjà amorcée au cours de la période précédente, se durcit et pèse sur l'organisation de l'ensemble des marchés de la filière. En effet, les évolutions des parts de marché des supermarchés et hypermarchés dans l'alimentaire sont très rapides et très importantes : proches de zéro en 1960, elles atteignent 14 % en 1970, 31 % en 1976, 40 % en 1981 (Tableau 8). Dès le début des années 1980, les supermarchés et hypermarchés deviennent le premier lieu de consommation des fruits et légumes devant les marchés et les autres alimentations générales (traditionnelle ou en libre-service) avec 32 % de parts de marché, contre respectivement 27 et 24 % pour les deux autres (Tableau 9). Néanmoins, les

---

<sup>29</sup> Avant 1994, la plupart des F&L faisaient l'objet d'un système de prélèvement variable spécifique basé sur un prix de référence fixé chaque année et pour chaque produit par la Commission Européenne à partir des données de prix à la production et des marges de transport sur le marché européen. Le prix de référence ajouté au droit de douane européen définissait le prix d'importation minimum dont le non-respect entraînait la mise en place d'un droit compensatoire en plus des droits de douane habituels (Emlinger, 2008).

marchés de la filière des fruits et légumes frais demeurent moins concentrés autour des supermarchés et hypermarchés que d'autres produits comme l'épicerie ou les boissons. Il est notable qu'aucun circuit de distribution ne s'impose encore irrémédiablement sur les formes de commerce les plus traditionnelles qui conservent des parts de marché significatives.

**Tableau 8 : Répartition des achats alimentaires selon les types de points de vente**

	Marchés	Commerce spécialisé	Alimentation générale			Grossistes, coopératives, magasin d'entreprise ou achat au producteur	Total
			Hyper et supermarché	Type traditionnel et libre-service	Vente ambulante		
1970	8,2	34,6	14,5	35,5	3,2	4	100
1976	7	30,7	31,5	23,3	2,5	5	100
1981	7,9	29,6	39,4	16,5	1,8	4,8	100

Source : Fromentin, 1986, p. 339

**Tableau 9 : Répartition des achats alimentaires selon le poste de consommation et les types de points de vente en 1981**

	Marchés	Commerce spécialisé	Alimentation générale			Grossistes, coopératives, magasin d'entreprise ou achat au producteur	Total
			Hyper et supermarché	Type traditionnel et libre-service	Vente ambulante		
Epicerie	1,9	6	60,7	25,4	3	3	100
Boissons	0,4	6,4	53,9	26,1	2,3	10,9	100
Crémèrie	6,9	8,1	51,2	24,1	2,5	7,2	100
Produits surgelés	0,6	21,7	44,1	14,1	7,8	11,7	100
Volailles, lapins, gibier	16,4	29,2	32,5	7,4	0,6	13,9	100
Fruits et légumes	26,9	11,1	32,4	24,5	2	3,1	100
Charcuterie	6,1	49,2	31,7	9,2	1	2,8	100
Boucherie	6,1	59,2	27,4	4,6	0,4	2,3	100
Boulangerie, pâtisserie, confiserie	1,6	60,2	25,5	10,5	1,2	1	100
Poissons, crustacés, coquillages	23,4	46	20,2	5,7	2	2,7	100

Source : Fromentin, 1986, p. 340

Ceci dit, l'ensemble des stades de la distribution se trouve impacté par les nouvelles pratiques de consommation et le développement rapide des grandes surfaces. Celles-ci répercutent les nouvelles attentes des consommateurs (qu'elles contribuent par ailleurs à

construire et institutionnaliser en mettant à leur disposition toute l'année des produits standardisés) sur les stratégies productives de l'amont, là où les grossistes et les expéditeurs avaient peu de prises sur ces décisions. Pour autant, ces stratégies de standardisation répondant à la fois à un besoin économique des distributeurs (permettre la concurrence d'offres issues de bassins de production géographiquement éloignés) et à une demande des consommateurs, ne se sont pas traduites par une augmentation de la consommation de fruits et légumes frais.

Au contraire, alors que les années d'après-guerre avaient été marquées par une forte augmentation de la consommation de fruits et légumes frais, notamment chez les ménages d'origine populaire, cette augmentation ralentit dès le début des années 1970, pour décroître ensuite. Ainsi, entre 1945 et 1971, la consommation annuelle de fruits par tête est passée de 20 à 70 kg. Mais dès 1973, la saturation du marché intérieur commence, comme pour d'autres filières, à se traduire par la production d'excédents que les exportations ne parviennent pas à compenser. Entre 1970 et 1983, les fruits et légumes frais et secs sont, avec le pain, le sucre et le vin, les seuls postes qui affichent un taux de croissance négative. Les fruits et légumes frais enregistrent une diminution de consommation comprise entre 10 et 20 %, les fruits et légumes secs une diminution de 30 %. Seule la consommation de fruits exotiques, sur la même période, augmente, de 5 % environ. La filière de transformation des fruits et légumes est celle qui bénéficie de cette évolution de la consommation des ménages puisque la part des consommations des fruits et légumes en conserve augmente de plus de 50 %<sup>30</sup> (Fromentin, 1986). Le ralentissement puis le déclin de la consommation est ainsi le principal problème qui se pose à l'ensemble des acteurs de la filière des fruits et légumes frais et appelle une réorientation des stratégies productives et commerciales.

Le développement de la grande distribution, dans ce contexte, se traduit par une remise en cause des routines instituées, routines liées tant à l'approvisionnement qu'à l'écoulement des produits pour l'ensemble des acteurs. Dans ce contexte, l'enjeu pour les acteurs marchands se déplace : il ne s'agit plus de vendre ce que l'on sait produire, mais de produire ce qui se vend sur le marché (Allaire, 2002). Alors que les préoccupations des producteurs portaient jusque-là sur la modernisation des systèmes productifs, elles se centrent désormais sur le développement de l'aval et la consolidation de leurs marchés (sans toutefois que les enjeux de modernisation disparaissent). Comme l'écrit un observateur de l'époque,

---

<sup>30</sup> Malgré ces évolutions inverses, le chiffre d'affaire lié à la consommation de fruits et légumes frais demeure très nettement supérieur à celui des fruits et légumes transformés : 55 milliards de francs en 1983 contre moins de 8 pour les légumes en conserve.

« Si, jusque dans les années 70, l'avenir se bornait à produire de manière traditionnelle les quantités habituelles de fruits et légumes sans se préoccuper réellement du marché (vu que le problème ne se posait pas vraiment), la saturation du marché et la crise économique ont obligé les agriculteurs à tenir compte prioritairement de la demande » (Goisque, 1988, p. 14)

A partir du début des années 1970, les institutions encadrant la production et la commercialisation des fruits et légumes sont donc déstabilisées par l'évolution des marchés. De ce fait, les acteurs de la filière des fruits et légumes frais instituent de nouveaux rapports de production et de commercialisation. Le problème devient alors d'ajuster plus finement les produits aux desiderata des consommateurs et des distributeurs qui parlent et négocient en leur nom (réinstitutionnalisation des rapports de production), et de créer des espaces de négociation interprofessionnels permettant de réduire la place des stratégies opportunistes de court-terme (réinstitutionnalisation des rapports de commercialisation).

## **2.2. Les institutions encadrant la relation de production : le marché comme finalité**

Le passage d'un référentiel modernisateur, centré sur l'offre, à un référentiel marchand, centré sur la demande, suppose la stabilisation de nouveaux rapports institués de production. En effet, alors que les systèmes de production avaient tendu vers une forme de standardisation, notamment au niveau des variétés cultivées au cours de la période précédente, l'évolution des modes de consommation et l'internationalisation de la concurrence, en particulier en ce qui concerne les fruits, imposent aux producteurs de stabiliser de nouvelles institutions qui leur permettront à la fois de répondre aux nouvelles exigences des consommateurs médiées par les distributeurs, et de mieux lutter contre la concurrence étrangère, en diversifiant et segmentant l'offre, notamment par un travail d'innovation portant sur la diversification variétale.

### ***2.2.1. Moderniser les produits et modes de production « pour répondre aux évolutions de la demande et de la concurrence »***

L'imposition du référentiel marchand au sein de la filière des fruits et légumes frais se traduit par une évolution des systèmes de production et le renouvellement des variétés cultivées en vue de répondre aux nouvelles exigences des distributeurs qui cherchent à répondre à l'évolution des comportements alimentaires des consommateurs et de la concurrence suite aux entrées de la Grèce, de l'Espagne et du Portugal dans l'Europe.

En effet, l'obsolescence de certains vergers plantés au début des années 1960 et des systèmes de production légumière en général commence à être pointée du doigt par les responsables politiques et professionnels comme un fardeau ralentissant le développement de la filière des fruits et légumes frais, dans un contexte marqué par une anticipation du renforcement de la concurrence sur le marché intérieur du fait des élargissements à la Grèce puis à l'Espagne et au Portugal. Le problème identifié à l'époque par les acteurs agissant à tous les étages de la filière des fruits et légumes frais est celui d'une inadaptation croissante des systèmes de production aux nouvelles attentes des consommateurs (les variétés les plus courantes au cours des années 1960, comme la Golden en pomme subissant d'importantes baisses de consommation) et des distributeurs (baisse de la qualité des produits du fait du renforcement des attaques des nuisibles, rendements trop faibles et prix trop élevés, liés à une insuffisante mécanisation des cultures). Entre la fin des années 1970 et le début des années 1980, des formes d'action collective ayant pour but d'adapter les systèmes productifs aux nouvelles exigences de la distribution des fruits et légumes sont donc entreprises par les pouvoirs publics, l'interprofession et les sous-filières spécialisées :

« L'Office National Interprofessionnel des Fruits et Légumes et de l'Horticulture (Oniflhor) par exemple, lance au début des années 1980 un vaste programme de réflexion et d'aide au renouvellement du matériel végétal des vergers. Les filières les mieux organisées promeuvent elles aussi des actions en faveur de la sélection variétale, de l'élaboration de normes professionnelles de qualité des produits et de l'organisation de la production. C'est le cas par exemple de la filière pomme de terre. Les comités de bassin cherchent aussi à sortir de leur mission initiale de défense des prix et à mettre en œuvre une politique collective concernant les équipements, le matériel végétal, les normes de qualité, la mise en marché des produits. Les professionnels bénéficient aussi de partenariats avec l'INRA, et profitent ainsi de ces découvertes, aussi bien en termes d'innovation variétale que d'itinéraires techniques. En outre, des actions sont entreprises par les pouvoirs publics territoriaux (départements, régions), poursuivant divers objectifs : aides à l'installation, à la modernisation, etc. » (Bernard de Raymond, 2007, p. 117)

Tout particulièrement, un important travail est mis en œuvre au niveau de la diversification et du renouvellement du panel variétal disponible, impliquant les semenciers privés, les laboratoires de recherche agronomique publics et les filières. De fait, l'innovation

variétale se privatise et se concentre sur les productions dont la consommation augmente<sup>31</sup>. Ainsi la tomate, dont c'est le cas, voit-elle se démultiplier son potentiel variétal au cours de cette période, sous l'impulsion des groupes privés, puisqu'en 1985, le Catalogue officiel des variétés de tomate comprenait 21 variétés fixées (dont 7 seulement figuraient au Catalogue 1966) et 73 hybrides F1 (dont 13 seulement figuraient au Catalogue 1973, date de l'ouverture du Catalogue des hybrides). Cette diversification est le résultat d'une diversification des modes de production initiée au cours des années 1960 :

« Le développement des serres et abris vers la fin des années 1950 et le début des années 1960 a entraîné la nécessité de disposer de variétés adaptées à ce nouveau type de culture. Dans une toute première étape, les serristes ont cultivé sans grand succès les variétés qu'ils cultivaient traditionnellement au champ. Par la suite, la culture sous abri s'est beaucoup diversifiée : serre verre ou plastique, chauffée ou non chauffée, culture de printemps, d'hiver-printemps ou d'automne, culture en sol ou hors-sol (sacs de tourbe, pouzzolane, laine de roche, NFT ...). Chacune de ces nouvelles techniques exige des variétés adaptées. » (Philouze, 1986, p. 35)

Fondamentalement, ces innovations variétales sont pilotées par le souci de « coller » au marché, aux évolutions de la consommation et de la concurrence. Ainsi, un des grands succès de l'innovation variétale a été enregistré par la filière fraise à la fin des années 1980. Celle-ci, suite à l'entrée de l'Espagne dans l'Europe, se voit mise en difficulté sur le marché intérieur, du fait d'une intensification de la concurrence par les prix. Plutôt que de chercher à réduire des coûts difficilement compressibles car liés à la main d'œuvre, les cultures de fraises étant difficilement mécanisables, les producteurs français, en collaboration avec l'INRA, vont entreprendre un travail collectif autour de l'introduction d'une nouvelle variété, la Gariguette, qui va rapidement s'imposer comme un des standards de la production française. En effet, outre le fait de présenter de bonnes qualités commerciales et des qualités gustatives supérieures à ses concurrentes étrangères, cette variété est caractérisée par sa précocité, ce qui lui permet d'arriver dans les rayons avant la fraise espagnole. Par ailleurs, cette fraise se prêtant bien à la culture sous abri, son introduction et sa rapide démocratisation ont permis la

---

<sup>31</sup> Tandis que les légumes en perte de vitesse au niveau des volumes de vente font l'objet de peu d'expérimentations en termes de diversification variétale, du fait de la faiblesse des profits escomptés par les semenciers privés. La recherche sur la diversification d'espèces comme l'ail, l'artichaut, les asperges ou les endives sont donc laissées à l'initiative de la recherche agronomique publique et de l'INRA en particulier. L'innovation variétale est donc bien guidée principalement par la recherche d'une efficacité marchande. Ceci conduit notamment à délaisser progressivement des variétés autochtones aux caractéristiques morphologiques et physiologiques originales, pourtant appréciées dans leur région d'utilisation, mais dont le marché restreint en fait des productions peu rentables sur les marchés nationaux et internationaux (Bannerot, 1986).

modernisation de l'ensemble de l'appareil productif de la filière (Bernard de Raymond, 2007, p. 118). Néanmoins, toutes les filières n'ont pas su ou pu mettre en œuvre ce travail d'innovation variétale, du fait de leur caractère moins intégré, de la prolifération des intermédiaires, etc. Les pêches et les abricots, en particulier, ont souffert de l'introduction de produits concurrents issus de pays à bas coûts de production.

Le renouvellement et l'accroissement des variétés proposées au consommateur, aussi bien du fait de la généralisation des importations que de l'innovation variétale et de la généralisation des abris froids ou des serres chauffées permettant la généralisation des productions de contre-saison, au milieu des années 1980, est attesté par cet agronome :

« Aujourd'hui, on trouve toute l'année sur les marchés des grandes villes de la partie Nord de la France non seulement courgettes, aubergines et piments (qui y étaient rares il y a 30 ans), mais aussi des choux brocolis, des choux chinois, des chicorées rouges (Chioggia, Vérone) des germes de mongo (appelés à tort "pousses de soja"). On voit revenir en force des types oubliés : laitues "feuilles de chêne"; radis "chandelle de glace". Il y a donc, parallèlement à une étonnante rigidité de la consommation des produits classiques, une recherche de produits nouveaux qui doivent se démarquer totalement de types déjà connus, en général, par la couleur et par la forme : aubergine blanche, endive rouge, chou-fleur violet, tomate-cerise et groseille, melon brodé ... »  
(Bannerot, 1986, p. 58)

Ainsi, entre le début des années 1970 et des années 1990, la filière des fruits et légumes frais se dote de nouvelles institutions, tournées vers la satisfaction de la demande, qui gouvernent les rapports de production et s'incarnent dans le travail de diversification et d'innovation variétale, réalisé en collaboration entre acteurs privés et publics. La réorientation des systèmes productifs est entreprise à ce moment-là et se traduit par le développement des cultures sous abris et des serres chauffées, permettant de s'affranchir des contraintes climatiques et météorologiques et ainsi d'être plus longtemps présents sur les marchés (en développant les cultures précoces et tardives, voire les produits de contre-saison).

### ***2.2.2. Le renforcement du poids des acteurs de l'aval dans la définition des choix productifs de l'amont***

Au-delà de l'émergence et de la stabilisation de nouveaux rapports institués de production (diversification variétale, affranchissement vis-à-vis des contraintes météorologiques et climatiques), un nouvel acteur en vient à jouer un rôle déterminant dans la

stabilisation de nouvelles contraintes productives, et donc dans l'évolution des systèmes de production dominants. Ce nouvel acteur, c'est la grande distribution, dont les parts de marché continuent de croître sur la période. Il s'agit là d'une révolution importante pour la structuration de la filière française. En effet, jusqu'ici, l'aval avait peu de prises sur la définition des stratégies productives de l'amont. Au moment même où l'adaptation des productions aux demandes du marché devient l'institution orientant les stratégies de l'ensemble des acteurs de la filière, cette situation devient problématique.

Créées en 1975 par la loi n°75-600 du 10 juillet 1975, les interprofessions agroalimentaires ont justement vocation à régler ce problème lié au manque de coordination entre l'amont et l'aval des filières. Dans un premier temps, elles visent à sécuriser les approvisionnements des industries agroalimentaires par la rédaction de contrats-types entre fournisseurs et industriels (Coronel, Liagre, 2006). Une interprofession est un organisme privé, reconnu par l'Etat, regroupant les organisations professionnelles représentatives de la production agricole et, selon les cas, de la transformation et de la distribution. La loi définit le cadre institutionnel à l'intérieur duquel seront désormais négociés les accords interprofessionnels entre producteurs et industriels qui, jusque-là, n'avaient pas un caractère contraignant. Alors que certaines vont jouer un rôle majeur dans le développement de la contractualisation au sein des filières, dans d'autres, comme dans les fruits et légumes, les accords interprofessionnels ne dépassent souvent pas le niveau de la clarification des conditions de mise en marché et la promotion des produits.

Ainsi, Interfel, l'interprofession des fruits et légumes frais, créée en 1976, rassemble et représente les métiers de l'ensemble de la filière des fruits et légumes frais de la production jusqu'à la distribution. Elle a pour missions d'élaborer des accords interprofessionnels qui font force de loi et de mettre en œuvre des actions de communication informative et publicitaire. Cependant, du fait de la pluralité des produits rassemblés dans cette interprofession, de leur saisonnalité et de leur périssabilité, de la variabilité et de la volatilité des cours et de la structure complexe des marchés, les relations contractuelles sont très difficiles à établir au sein de la filière, dans un contexte toujours marqué par une production fortement atomisée. Face à ces contraintes, les stratégies ou les comportements de vente sont difficiles à anticiper, du fait notamment de la persistance de comportements opportunistes, aussi bien chez les producteurs que chez les distributeurs qui limitent la possibilité d'institutionnaliser des stratégies de long terme pour l'ensemble des acteurs.

Malgré l'échec relatif de l'interprofession à orienter durablement les stratégies de production de l'amont pour les accorder aux demandes de l'aval, certaines filières se dotent de bureaux interprofessionnels (pomme de terre, kiwi, fraise, etc.) afin d'améliorer la coordination entre acteurs de l'amont et de l'aval, notamment en termes d'adaptation des produits et des modes de production aux besoins du marché.

La diversification variétale est également le reflet d'une segmentation croissante des marchés. Puisqu'il s'agit de « produire ce qui se vend », il faut accorder une attention soutenue aux attentes exprimées par les acteurs présents sur chaque segment de marché. Les producteurs et leurs organisations sont de plus en plus incités à différencier leurs produits en fonction de leurs marchés de destination. Ainsi, le travail de diversification variétale répond en partie également à l'institutionnalisation d'une spécification des attentes des acteurs de l'aval quant aux types de produits qu'ils souhaitent. Désormais, les marchés de la transformation ou du frais sont de plus en plus approvisionnés par des variétés différentes des mêmes produits, du fait d'une évolution des modes de culture dominants pour chacun de ces marchés :

« On a également assisté à une spécialisation au niveau de la destination des produits récoltés : marché frais ou industrie, et dans ce dernier cas : concentré, tomates pelées, jus, poudre, etc. ... Les variétés ne peuvent plus être les mêmes pour ces différents usages. Là encore ce sont les variétés de type "Marmande" ou "Saint-Pierre", traditionnellement cultivées en tuteuré pour le marché frais, qui ont, dans une première étape, été utilisées pour la filière, en culture non tuteurée. Ces variétés ont très rapidement été remplacées vers 1960 par "Roma", puis "Roma VF", dont le mode de croissance déterminée et les fruits longs convenaient beaucoup mieux. L'extension des tomates cultivées pour la filière s'est accompagnée d'un changement complet des techniques de culture et de récolte. (...) Le mode de culture non tuteurée, indispensable pour la mécanisation des récoltes destinées à la filière, s'est étendu aux cultures destinées au marché frais, ceci afin de diminuer les coûts d'entretien de la culture. Ce mode de culture exige des variétés à croissance déterminée, à fruits de forme et de calibre acceptables pour le marché frais. » (Philouze, 1986, p. 36)

Au-delà de la différenciation variétale entre produits destinés au marché de la transformation et du frais, on assiste donc aussi à une différenciation entre les fruits et entre les légumes destinés aux marchés du frais. Car les attentes qui s'expriment quant aux qualités

des produits comme les capacités des acteurs de l'aval à imposer leurs critères d'évaluation aux acteurs de l'amont ne sont pas les mêmes en fonction des circuits de distribution. De fait, ce ne sont pas nécessairement les mêmes produits qui sont vendus au même moment via ces différents circuits. En effet, les « grossistes de carreau et détaillants spécialisés cherchent à valoriser une qualité spécifique plutôt qu'une variété standard, ou du moins parviennent mieux à se maintenir face à la montée en puissance de la grande distribution lorsqu'ils se positionnent sur des productions spécifiques » (Bernard de Raymond, 2013, p. 56), tandis que les grossistes-livreurs et les acheteurs de la grande distribution font plutôt porter leurs choix sur des produits et des variétés standardisés, permettant une meilleure homogénéisation des lots.

Pourtant, les relations entre les producteurs et les grossistes-livreurs ou la grande distribution, de manière contre-intuitive, sont généralement plus stables que celles avec les grossistes de carreau, au sens où elles peuvent s'instaurer pour une ou plusieurs campagnes de production, et que les négociations commerciales portent à la fois sur les prix, les quantités, les qualités et surtout les services échangés : conditionnement et assortiment spécifiques, profondeur de la gamme, délais de livraisons et participation à des campagnes promotionnelles d'un côté, conditions et délais de paiement, mise en valeur des produits en rayon, intégration à des opérations commerciales particulières de l'autre (Bernard de Raymond, 2007). Ainsi, alors que *l'économie de la variabilité*, parce qu'elle repose sur des relations foncièrement marchandes, révocables, souvent inscrites dans des temporalités courtes, n'implique pas de peser sur les choix de production en amont de la filière, les stratégies mises en œuvre par les acteurs du commerce intégré et de la grande distribution en particulier sont fondées au contraire sur l'imposition de nouveaux modes de culture, de nouvelles variétés aux producteurs.

Toutefois, à travers cette segmentation croissante des marchés par rapport aux variétés de fruits et légumes et aux modes de production, s'exprime un rapport de force favorable aux acteurs de l'aval. Ainsi, les années 1980 sont marquées par l'institutionnalisation de stratégies de différenciation qualitative des produits mises en œuvre par les acteurs de l'aval, et en particulier de la grande distribution. Ceux-ci développent en effet des cahiers des charges spécifiant les variétés cultivables et commercialisables dans leur enseigne, les traitements autorisés, etc. Autrement dit, une partie des acteurs de l'aval, en vue de sécuriser ses approvisionnements, tant en quantité qu'en qualité, cherche à contrôler plus fermement les choix productifs des acteurs de l'amont, afin de proposer aux clients en bout de chaîne des

produits dont ils espèrent qu'ils seront plus adaptés à leurs attentes, et de mettre en œuvre les premières stratégies de différenciation qualitative au sein du rayon des fruits et légumes.

Le cas de la pomme de terre est assez révélateur des évolutions en termes de sélection variétale, même s'il peut s'agir d'un cas limite<sup>32</sup>. Bernard de Raymond (2007, p. 524-530) montre à ce sujet que dans les années 1980, les pratiques des producteurs sont profondément impactées par les nouvelles demandes des distributeurs. La variété dominante sur le marché est encore la Bintje qui est très majoritairement vendue non lavée, en sacs de plusieurs kilos. Ce produit est extrêmement standardisé et correspond à un mode de consommation populaire, centré sur la dimension économique et nutritive du produit. Au début des années 1980, les distributeurs commencent à exiger et obtiennent des producteurs, jusque-là très réticents à cette idée, qu'ils commercialisent des produits lavés. Or l'aspect de la Bintje, une fois lavée, dégrade sa qualité commerciale. En outre, le fait de vendre des produits non lavés permettait d'en augmenter la durée de conservation. En d'autres termes, commercialiser des produits lavés a impliqué de repenser l'organisation de cette filière, et notamment les produits mis en marché. En effet, les producteurs, via leur interprofession créée en 1978 et leurs fédérations, ont cherché à développer de nouvelles variétés, présentant de meilleures qualités visuelles et / ou une meilleure conservation. De plus, un véritable travail de communication a été engagé auprès des consommateurs, afin de spécifier les usages culinaires des pommes de terre. De fait, le spectre variétal proposé aux consommateurs s'est diversifié. La Bintje, même si elle est restée majoritaire sur cette période, a perdu des parts de marché au profit de variétés comme la « Belle de Fontenay » ou la « Ratte » qui avaient été délaissées à cause de faibles rendements et / ou de leur forte sensibilité pathogène, mais qui présentaient la caractéristique de pouvoir être lavées et de correspondre à de nouveaux usages culinaires. Finalement, alors que la Bintje représentait encore 70 % du marché de la pomme de terre à la fin des années 1970, ses parts de marché ont décliné rapidement pour atteindre, en 1992, 55 % tandis que dans le même temps, les variétés « lavables » ont vu les leurs passer de 20 à plus de 30 %.

Comme cet exemple le montre bien, les évolutions des attentes des distributeurs quant à la présentation et au conditionnement des produits transforment durablement les stratégies de sélection variétale des producteurs : pour vendre des produits lavés et présentant une qualité commerciale satisfaisante, les producteurs sont obligés de reporter leurs choix sur des variétés

---

<sup>32</sup> En effet, d'un point de vue sociologique, les exploitations de pommes de terre sont en moyenne plus grandes que les exploitations fruitières ou maraîchères, et sont également plus spécialisées. Elles se rapprochent en cela plus des exploitations céréalières ou betteravières. La filière s'est en outre dotée d'organisations et fédérations spécifiques, à la différence des autres filières fruitières ou légumières qui partagent les mêmes instances représentatives.

qu'ils n'avaient jusque-là pas envisagées, pour des raisons économiques (faible rentabilité) et culturelles (fragilité, mauvaise résistance aux aléas climatiques, etc.). L'exemple de la pomme de terre est certes éclairant, mais les exemples de la tomate ou de la pomme, qui connaissent au même moment des évolutions similaires (évolution variétale initiée par une réorientation des systèmes de production impulsée par les distributeurs), auraient également pu être mobilisés pour rendre compte de la prise de contrôle croissante d'une partie des acteurs de l'aval sur l'amont des filières. Néanmoins, cette prise de contrôle ne s'accompagne pas d'une homogénéisation des stratégies productives et commerciales au sein de la filière, mais bien au contraire de leur fragmentation.

\*

\*            \*

Nous avons montré dans ce premier chapitre qu'en France la filière des fruits et légumes frais, entre 1945 et 1992 s'est progressivement structurée autour d'institutions encadrant les relations de commercialisation, de production et, dans une moindre mesure, de finance et d'emploi. Au moment de la première grande réforme de la PAC, au début des années 1990, la filière est dominée par une logique marchande dont les orientations sont principalement dictées par les acteurs de l'aval, en particulier par les acteurs de la grande distribution.

Pour autant, depuis 1945 la filière s'est progressivement dotée d'institutions permettant de gouverner les rapports institués de commercialisation, puis de production. En effet, la diversité des produits gérés dans le cadre de cette industrie a été construite par certains acteurs de la filière comme rendant nécessaire une certaine harmonisation dans les procédures d'évaluation de la qualité des produits, afin de permettre la création de marchés unifiés d'abord au niveau national, puis européen.

En parallèle, la filière s'est dotée d'instruments permettant de financer les retraits de produits en cas de surproduction menaçant la stabilité des prix. Cependant leur poids dans le gouvernement de la filière et l'orientation des stratégies des acteurs demeure faible, excepté pour quelques familles de produits (pêches ou abricots entre autres). A partir du milieu des années 1970, le gouvernement de l'industrie est marqué par un évènement décisif : la stabilisation de nouveaux rapports institués de production par les distributeurs. Dans ce contexte, l'évolution des attentes de ces derniers et le poids qu'ils acquièrent dans le gouvernement de la filière forcent les producteurs à mettre en œuvre de nouvelles cultures, à

sélectionner de nouvelles variétés permettant de répondre à ces exigences et à faire évoluer leurs modes de production.

Au début des années 1990, la filière des fruits et légumes frais fait office d'industrie dont le caractère marchand est particulièrement affirmé. Toutefois, les acteurs marchands de la filière demeurent relativement aveugles à la question de la provenance et de l'origine des produits, ces deux éléments n'étant pas intégrés (ou alors marginalement) aux dynamiques de qualification et de différenciation des fruits et légumes, qui sont encore échangés comme des biens standards et homogènes que seul leur prix permet de différencier.

Partant de là, nous étudierons dans le prochain chapitre comment, à partir des années 1990, la logique marchande structurant les relations internes à la filière des fruits et légumes est impactée par la stabilisation d'un nouveau référentiel cherchant à placer au cœur des enjeux les problèmes liés à la dimension environnementale de la production des fruits et légumes.

## **CHAPITRE 2 : DURABILITE ENVIRONNEMENTALE OU ECONOMIQUE ? LE GOUVERNEMENT DE LA FILIERE EN QUESTIONS (1992-2016)**

Au cours de la période 1972-1992, le gouvernement de cette filière a été marqué par la stabilisation des rapports institués de distribution, de production et, dans une moindre mesure, de financement et d'emploi. Ce gouvernement se déploie aux échelles nationale, européenne et, de plus en plus, régionale. Dans un contexte marqué par le renforcement de la concurrence internationale, la concentration des débouchés de l'aval des filières et la baisse de la consommation de fruits et légumes frais, les acteurs de la filière adhèrent à la croyance selon laquelle l'évolution des marchés doit dicter l'ensemble des stratégies de production de manière à mettre sur le marché des fruits et légumes présentant une valeur marchande. L'institutionnalisation d'une norme de marché subordonnant l'ensemble des pratiques des producteurs et des acteurs de l'aval (expéditeurs, grossistes, centrales d'achat, magasins, commerçants indépendants, etc.) se traduit par une fragmentation croissante des manières de produire et vendre des fruits et des légumes. Ainsi, la modernisation de la filière des fruits et légumes frais ne s'est pas traduite, à la différence d'autres industries comme le lait ou la viande, par l'imposition d'un modèle productif hégémonique et standardisé. A l'inverse, plusieurs « mondes de production » (Salais, Storper, 1993) ont été stabilisés autour de conventions de qualité différenciées, faisant de l'homogénéisation et de la standardisation des qualités des fruits et légumes une convention spécifique aux relations entre producteurs et enseignes de la grande distribution ou grossistes-livreurs (Bernard de Raymond, 2013 ; Praly, Chazoule, 2013).

Ceci dit, la recherche de gains de compétitivité imposée par la réorganisation des débouchés de la filière et le renforcement de la concurrence étrangère s'est traduite par une intensification des modes de production et la généralisation du recours aux produits de traitements phytosanitaires afin d'augmenter les rendements, de limiter les maladies des plantes, etc. Longtemps absente des débats sur la politique agricole, la question de l'impact des activités agricoles sur leur environnement émerge à la fin des années 1980. Ce n'est pas seulement la filière des fruits et légumes qui est concernée, mais bien le secteur agricole dans son ensemble. L'érosion et l'appauvrissement des sols, les pollutions aquatiques ou aériennes dues au rejet des intrants ou à la concentration des élevages, les risques pour la santé des exploitants ou des consommateurs du fait de la généralisation des traitements phytosanitaires etc. sont pointés du doigt comme la conséquence de l'intensification des modes de production

agricoles. Cette intensification est en outre construite médiatiquement, socialement et, de plus en plus, politiquement comme étant responsable de la dégradation de la qualité des produits. La succession de « scandales alimentaires » au cours des années 1990 et 2000, fortement relayés par les médias (crise de la « vache folle », grippe aviaire, bœuf aux hormones, crise du concombre, etc.), mettent en lumière les conséquences néfastes pour la santé humaine de cette recherche « à tout prix » de compétitivité par les acteurs des industries agroalimentaires.

La filière des fruits et légumes frais et le secteur agricole en général se trouvent ainsi de plus en plus critiqués par rapport à leur impact négatif sur l'environnement et la santé humaine, au moment où la notion de développement durable est stabilisée comme une nouvelle manière d'appréhender le développement économique, celui-ci devant contribuer à la préservation des ressources naturelles autant qu'au respect des hommes. En effet, dès le début des années 1990, le registre environnemental est stabilisé comme un nouveau principe d'évaluation des performances du secteur agricole (Dupeuble, Allaire, 2003) par des coalitions (environnementalistes, associations écologistes, pouvoirs publics, etc.) qui parviennent à imposer l'idée que la fonction de l'agriculture ne peut se limiter à la production de biens primaires à destination des industries agroalimentaires (Allaire, 2002 ; Ansaloni, 2013). Elle doit aussi contribuer à la promotion de pratiques agricoles respectueuses de l'environnement, à l'entretien des paysages, à l'approvisionnement des populations en produits de qualité, à un développement rural / territorial équilibré, etc.

Autrement dit, au cours de cette période, le développement durable est construit comme une *régulation trans-industrielle* (Carter et al., 2014) impactant le gouvernement du secteur agricole et des filières qui le constituent. Dans ce chapitre, nous chercherons donc à montrer comment l'ordre institutionnel de la filière des fruits et légumes frais est affecté, depuis le début des années 1990, par la stabilisation d'une régulation trans-industrielle centrée sur la promotion de l'environnement et de pratiques de développement durable (ce que nous qualifierons par la suite de *référentiel durable*) se traduisant entre autres par la généralisation des politiques de qualité comme instruments de régulation des marchés et des externalités négatives de l'agriculture sur son environnement. Dans un contexte marqué par la défiance croissante des consommateurs vis-à-vis de la qualité de leur alimentation, l'enjeu pour les acteurs de la filière des fruits et légumes frais est de réduire l'incertitude portant sur les anciens modes de production – et donc la qualité phytosanitaire et écologique des produits – par la promotion de nouveaux attestant d'une qualité supérieure des produits et par l'institutionnalisation de nouvelles garanties de traçabilité.

La traduction de cette régulation trans-industrielle, parmi les acteurs de la filière des fruits et légumes frais, ne va toutefois pas sans susciter des débats et des oppositions. En effet, les *challengers* du gouvernement de la filière cherchent à faire valoir une approche plus large de la durabilité en cherchant à moraliser les institutions encadrant les relations de production *et* de commercialisation, en faisant valoir la nécessité de rééquilibrer les capacités de négociation entre acteurs de la filière, dans une perspective proche de celle défendue par les acteurs du commerce équitable (Le Velly, 2006). Fondamentalement, la filière des fruits et légumes frais est traversée par une tension entre *challengers* et *titulaires* dans la manière de définir la durabilité, les seconds défendant une approche de celle-ci centrée sur le « verdissement » des modes de production.

Afin d'éclairer cette tension, les résultats que nous présenterons dans ce chapitre seront issus d'une analyse secondaire des données (textes règlementaires et législatifs, rapports, etc.) et d'une analyse du matériau récolté auprès de producteurs, de groupements et de distributeurs (acheteurs de la grande distribution, chefs de rayon fruits et légumes, commerçants indépendants). Ce chapitre sera articulé autour de questions renvoyant à l'institutionnalisation de ce nouveau référentiel s'articulant au référentiel marchand. D'une part, comment et pourquoi le référentiel durable émerge-t-il comme un nouveau cadre interprétatif et normatif permettant de gouverner un secteur et ses industries ? Comment ce référentiel est-il instrumenté et opérationnalisé, par quelles mesures de politiques publiques, et à quelles échelles ? D'autre part, comment cette régulation trans-industrielle faisant de l'environnement un nouveau cheval de bataille est-elle problématisée, mise en œuvre et légitimée au sein de la filière des fruits et légumes frais ? Qui sont les acteurs qui contrôlent ces processus ? Quelles sont les institutions produites au nom de « l'environnement » ou du développement durable et sur quels rapports institués portent-elles ?

Nous reviendrons dans un premier temps sur la manière dont le développement durable est devenu une nouvelle institution transversale aux filières agricoles et comment elle a contribué progressivement à réorienter les objectifs de l'action publique en agriculture, à toutes les échelles de gouvernement (européenne, nationale, régionale, etc.). L'institutionnalisation de la durabilité comme référentiel des politiques de développement agricole et rural, au cours des années 1990 et 2000, renvoyait principalement à la stabilisation de nouvelles institutions encadrant les relations de production, centrées sur la dimension environnementale des activités agricoles. Puis nous étudierons la manière dont les acteurs de la filière des fruits et légumes frais se sont emparés de cette régulation trans-industrielle et

l'ont adaptée à leurs stratégies. Cette traduction a été réalisée principalement par les acteurs de l'aval qui ont problématisé en premier lieu les aspects liés aux rapports de production : la durabilité a ainsi été définie, au niveau de la filière, par rapport au « verdissement » des modes de production, celui-ci étant ambigu quant à sa portée et ses instruments (Deverre, Sainte Marie, 2008). En d'autres termes, l'institutionnalisation de la durabilité comme nouveau référentiel s'est traduit par une réorientation des systèmes de production et la stabilisation de nouveaux signes de différenciation à destination des consommateurs. Soulignons toutefois que cette manière d'envisager la durabilité faisant supporter aux acteurs de l'amont toute la responsabilité de pratiques non-durables est aujourd'hui contestée par les producteurs et certains distributeurs, qui tentent d'imposer une définition alternative de la durabilité, centrée sur l'institutionnalisation de relations commerciales partenariales dans lesquelles les stratégies de moyen ou long terme prennent le pas sur les stratégies opportunistes de court terme.

## **1. La stabilisation du développement durable comme régulation trans-industrielle**

Dès le début des années 1980, la notion de développement durable commence à s'imposer dans les mouvements écologistes aux Etats-Unis. En Europe, elle n'émerge en tant que discours et pratique qu'à la fin des années 1980. Philosophiquement et politiquement, la notion de développement durable est intimement liée à celle d'environnement, même si les politiques environnementales sont historiquement antérieures à celles du développement durable et qu'elles se traduisent en outre par des instruments et des objectifs différents. Les deux premiers programmes européens d'action environnementale (1973-1976 et 1977-1981) sont en effet centrés sur une approche curative des problèmes environnementaux. Mais les objectifs du troisième (1982-1986) et quatrième (1987-1992) programmes évoluent au milieu des années 1980 pour aborder les problèmes sous un angle préventif et plus global.

Cette nouvelle approche correspond à l'émergence de la notion de développement durable dans le champ politique en 1987, à l'occasion de la publication du rapport Brundtland commandé par les Nations Unies en vue de la préparation du sommet de Rio en 1992. Il y est défini comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins ». Cette doctrine fait de la protection des ressources et des milieux naturels une condition nécessaire pour assurer la durabilité du développement. Le cinquième programme (1993-2000) marque ainsi un glissement vers une approche en termes de développement durable et « le début d'une action

communautaire horizontale, tenant compte de tous les facteurs de pollution (industrie, énergie, tourisme, transports, agriculture) » (Bonnieux, 2009, p. 142). Ces politiques visent à atteindre un équilibre entre priorités économiques, environnementales et sociales au moyen de programmes volontaires et incitatifs, alors que les politiques environnementales font de la préservation des ressources naturelles leur objectif premier en mobilisant principalement des instruments réglementaires (Carter et al., 2014). Ceci dit, l'introduction dans le droit européen du principe d'intégration « par lequel la protection de l'environnement pouvait seulement être atteinte par l'association des politiques sectorielles impliquées dans sa dégradation » (Carter et al., 2014, p. 192) et l'implication croissante des industriels dans ces stratégies rapproche les politiques environnementales de celles de développement durable.

Rapidement donc, le secteur agricole et ses acteurs dominants se trouvent questionnés par l'émergence de ce discours et sa traduction politique, à laquelle ils commencent d'abord par s'opposer. En fait, l'introduction du développement durable comme nouveau cadre interprétatif et normatif des politiques publiques subsume un ensemble de pratiques jusque-là faiblement ordonnées, permettant à des *challengers* issus de divers milieux (agriculture, environnement, etc.) de construire de nouvelles alliances autour d'enjeux globaux comme la protection de l'environnement et la valorisation d'un développement équilibré :

« La montée en force de la notion de développement durable vient en effet recouvrir tout un ensemble d'initiatives dispersées qui tendaient à remettre en cause, à différents niveaux et à différentes échelles, les dynamiques et les modèles de développement antérieurs. [...] On assiste depuis au moins vingt ans, dans le secteur agricole, à la construction sociale progressive des problèmes d'environnement et à l'évolution des mentalités vis-à-vis de ces problèmes. Le changement, de ce point de vue, n'est donc pas si important. Mais la promotion politique du développement durable vient aujourd'hui offrir aux réflexions antérieures un cadre conceptuel global et elle proposera probablement demain un cadre d'action unifié. » (Landais, 1998, p. 9)

### **1.1. De la dénonciation d'un modèle de développement agricole insoutenable à la promotion d'une agriculture durable**

Dès la fin des années 1980, des voix issues du monde politique, social, professionnel, académique, commencent à pointer du doigt l'impossibilité de conserver ce modèle agricole à long terme et à plaider pour la mise en œuvre d'une agriculture de qualité, respectueuse de l'environnement, de la santé des consommateurs et des animaux, etc. En effet, les pratiques

agricoles héritées du modèle de développement initié au début des Trente glorieuses compromettent la reproductibilité et la qualité des ressources naturelles. Les discours critiques vis-à-vis de l'intensification des modes de production construits dans les milieux environnementalistes sont progressivement repris dans d'autres forums, en particulier les forums scientifiques et des communautés de politiques publiques (Ansaloni, 2013). Nous analyserons ici la manière dont ce nouveau « contrat social » (Landais, 1998) entre agriculture et société est instrumenté et se traduit par des mesures politiques concrètes destinées à favoriser le développement d'un modèle agricole durable, à l'échelle européenne et française.

### ***1.1.1. Les réformes de la PAC : intégration des principes environnementaux et de développement durable***

Au niveau européen, la déclaration de Cork de 1996 propose de faire du développement durable le pilier des réflexions en matière de développement rural et dès 1992, les réformes de la PAC sont marquées par l'intégration d'une composante environnementale aux instruments traditionnels de soutien à l'agriculture<sup>33</sup>. Alors que les acteurs sectoriels dominants intègrent progressivement une approche centrée sur la poursuite jointe d'objectifs agricoles et environnementaux (Thiébaud, 1999) dans les aides traditionnelles de la PAC, la question de la durabilité économique, sociale et territoriale de l'agriculture est plutôt prise en charge au niveau des politiques de développement rural. Elle se traduit par la création de programmes transversaux destinés à encourager les expérimentations valorisant des modèles de développement agricole alternatifs, notamment via les programmes LEADER (Liaison Entre Actions de Développement Rural), mis en œuvre dès 1991. Toutefois, les contours flous de la politique communautaire de développement rural rendent malaisée l'identification de ses objectifs, qui oscillent entre trois volets : structurel (aides à la modernisation et à l'adaptation des exploitations agricoles), environnemental (prise en compte des fonctions non-marchandes de l'agriculture) et de développement agricole et rural (Berriet-Solliec et al., 2009).

L'intégration de la dimension environnementale dans les instruments de la PAC date de sa première réforme, en 1992. En 1991, le projet de réforme Mac-Sharry<sup>34</sup> fait de la réorientation de l'agriculture vers un modèle plus soucieux de l'environnement et du territoire un des objectifs de la nouvelle PAC. Ainsi, la réforme de 1992 introduit les premières

---

<sup>33</sup> Quelques mesures environnementales existaient avant 1992, mais faute d'un cadre juridique adéquat, la politique agri-environnementale était un « sous-produit de la politique structurelle » (Bonnieux, 2009, p. 143). Par exemple, le règlement 797/85 amendant la directive 75/268 sur les zones défavorisées introduit des aides pour les investissements visant la protection et l'amélioration de l'environnement, les premières mesures agri-environnementales.

<sup>34</sup> Du nom du commissaire européen à l'Agriculture qui signe ce rapport, Ray Mac-Sharry.

mesures agri-environnementales qui visent à compenser la diminution des soutiens par les prix et à encourager la mise en œuvre d'actions en faveur de l'environnement par les agriculteurs. Le règlement 2078/92 devient le principal pilier de la politique agri-environnementale européenne et un régime d'aides cofinancé à hauteur de 50 % (75 % pour les régions défavorisées) est instauré pour favoriser la réduction des intrants ou la poursuite des diminutions déjà entreprises, la conversion à l'agriculture biologique (AB) ou le maintien des surfaces déjà converties, l'extensification des productions végétales ou le maintien des cultures extensives, la conversion des terres arables en prairies permanentes, la diminution de la densité des cheptels, la protection de l'environnement, des ressources naturelles ainsi que le maintien de l'espace naturel et du paysage, la formation des agriculteurs à des pratiques compatibles avec l'environnement, etc. Malgré tout, la part du budget communautaire consacrée à la politique agri-environnementale est restée modeste, ne dépassant pas 4 % du budget de la PAC entre 1993 et 1997.

En mars 1999, lors du Conseil européen de Berlin, la seconde réforme de la PAC dite « Agenda 2000 » marque l'institutionnalisation des politiques de développement rural en tant que « second pilier » de la politique communautaire, dans une logique proclamée de développement durable. La création du second pilier se fait dans le cadre d'une refonte complète de la politique structurelle régionale qui associe trois objectifs aux politiques de développement rural : le développement des régions en retard, la reconversion des zones en difficulté et le développement des ressources humaines (lutte contre le chômage...). Dans cette nouvelle approche, le développement rural fait désormais l'objet d'un règlement unique. Cependant, les fonds qui y sont alloués peuvent paraître très insuffisants au regard des fonds alloués au premier pilier, tout particulièrement en France : 10 % du budget national de la PAC, contre 17 % pour l'ensemble de l'UE<sup>35</sup>.

La troisième réforme de la PAC, le 26 juin 2003 (réforme Fischler, du nom du Commissaire européen à l'agriculture) marque un nouveau glissement vers une « agriculture durable ». Si la compétitivité de l'agriculture européenne semble assurée à moyen terme, il s'agit désormais de mieux adapter la production aux besoins du marché en répondant à la demande du consommateur sur les questions de respect de l'environnement, de production d'aménités, de sécurité et de qualité des aliments, de bien-être animal et de développement équilibré des zones rurales (Butault et al., 2004). Désormais, l'agriculture se voit assignée

---

<sup>35</sup> En tout état de cause, ce second pilier fait en France au moins toujours l'objet de critiques internes car il demeure centré sur une conception agricole du développement rural, celle-ci se traduisant par une part toujours prépondérante des mesures compensatoires pour les exploitations agricoles.

politiquement à une exigence de multifonctionnalité, soulignant que « d'un point de vue social, [elle] ne peut pas être vue uniquement comme la production de biens, agricoles et plus précisément, de biens génériques » (Allaire, Dupeuble, 2003, p. 51-52), mais doit au contraire contribuer à la préservation d'un cadre de vie et des ressources naturelles, à l'entretien des paysages, à la production d'une alimentation de qualité, etc. Cette réforme introduit plusieurs mesures ayant vocation à renforcer la composante environnementale et durable des politiques agricoles. La première est l'instauration du principe d'éco-conditionnalité des aides<sup>36</sup>, par lequel la PAC cherche à peser sur la réorientation des systèmes de production vers des modèles vertueux du point de vue environnemental : l'obtention du droit à paiement unique (DPU) par exploitation (remplaçant les anciennes aides directes) est soumise au respect de dix-huit normes relatives à l'environnement, à la sécurité alimentaire et au bien-être des animaux. La seconde renvoie à un renforcement de la politique de développement rural par l'augmentation des moyens financiers (1,2 milliards d'euros supplémentaires) et la création de nouvelles mesures, notamment sur la certification des produits, la mise aux normes des exploitations et l'installation des jeunes agriculteurs grâce à la modulation des aides directes après 2005.

Par ailleurs, le second pilier est renforcé à partir de 2005 pour la période 2007-2013 par son insertion dans un cadre financier et de programmation unique. Cette insertion est réalisée avec le règlement 1290/05 qui instaure un instrument unique de financement de la politique européenne, le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (Feader) et le règlement 1698/05 qui définit le soutien communautaire au développement rural dans le cadre de ce fonds. Trois objectifs sont fixés à la nouvelle programmation de développement rural, auxquels viennent s'adjoindre les programmes LEADER : l'amélioration de la compétitivité de l'agriculture et de la sylviculture par un soutien à la restructuration, au développement et à l'innovation ; l'amélioration de l'environnement et de l'espace rural par un soutien à la gestion des terres ; l'amélioration de la qualité de vie en milieu rural et la promotion de la diversification des activités économiques. La variété des objectifs assignés au second pilier renvoie, au-delà d'une approche environnementale *stricto sensu*, à une approche durable du développement rural (Bonnieux, 2009).

Enfin, la réforme de la PAC de 2013, applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014 (règlements (UE) n°1303 à 1308/2013), en vue de répondre aux objectifs énoncés en conclusion du

---

<sup>36</sup> Pour une analyse du processus de construction de cette mesure et le rôle des lobbyistes environnementalistes et des experts anglais, voir Ansaloni (2013).

Conseil Européen du 17 juin 2010 « pour une croissance intelligente, durable et inclusive tout en valorisant un développement harmonieux de l'Union et en réduisant les déséquilibres régionaux », propose une refonte des fonds de développement rural et des autres fonds structurels. Une meilleure coordination des mesures rurales avec le reste des Fonds structurels est prévue grâce aux Fonds structurels et d'Investissement Européens (Fonds-ESI) qui doivent être mis en œuvre en suivant les principes du développement durable. La large palette d'outils existant au sein du second pilier de la PAC est simplifiée pour se concentrer sur quelques objectifs thématiques relativement regroupés :

« Pour assurer le développement durable des zones rurales, il y a lieu de viser un nombre limité de priorités fondamentales relatives au transfert de connaissances et à l'innovation dans les secteurs de l'agriculture et de la foresterie ainsi que dans les zones rurales, à la viabilité des exploitations agricoles, à la compétitivité de tous les types d'agriculture dans toutes les régions et promouvoir les technologies agricoles innovantes et la gestion durable des forêts, à l'organisation de la chaîne alimentaire, ainsi qu'à la transformation et à la commercialisation des produits agricoles, au bien-être des animaux, à la gestion des risques dans le secteur de l'agriculture, à la restauration, à la préservation et au renforcement des écosystèmes qui sont liés à l'activité agricole et forestière, à la promotion d'une utilisation efficace des ressources et à la transition vers une économie à faibles émissions de CO<sub>2</sub> dans les secteurs agricole, alimentaire et forestier, à la promotion de l'inclusion sociale, à la réduction de la pauvreté et au développement économique des zones rurales. » (Règlement (UE) n°1305/2013 du Parlement européen et du conseil du 17 décembre 2013).

Cette nouvelle programmation institutionnalise une approche élargie du développement durable en agriculture, qui intègre progressivement des enjeux dépassant le seul cadre d'une écologisation des modes de production, de la rémunération des services environnementaux et de la qualité des produits pour intégrer les aspects liés à la commercialisation des produits et à l'organisation des chaînes alimentaires.

### ***1.1.2. L'institutionnalisation du référentiel durable en France***

En France, la traduction des objectifs environnementaux dans les politiques agricoles s'est révélée particulièrement ardue. Il est d'ailleurs notable que l'introduction des premières mesures agri-environnementales au niveau européen, à la fin des années 1980, ne soit en France suivie d'aucun effet véritable. Ce « retard français », par rapport à des pays comme le

Royaume-Uni, l'Italie ou les Pays-Bas qui inscrivent les enjeux environnementaux à leur agenda politique sectoriel domestique un peu plus tôt, s'explique par la réticence des agriculteurs français et des organisations syndicales majoritaires (parmi lesquelles la FNSEA joue toujours un rôle central) à remettre en cause une identité professionnelle définie par rapport à leur activité de production (Mormont, 1996 ; Muller, 2000 ; Dufour et al., 2003).

Ce n'est qu'au moment de la réforme de la PAC en 1992 que les premières expérimentations collectives associant les organisations professionnelles, les instituts de recherche agronomique (INRA et CEMAGREF), les pouvoirs publics et des agriculteurs sont initiées. En 1993, un travail pionnier de réflexion, d'animation et de synthèse méthodologique est réalisé sous l'égide du ministère de l'Agriculture et de l'Association Nationale pour le Développement Agricole dans le cadre des réflexions sur les Plans de Développement Durable (PDD). Au terme de la phase d'expérimentation, en 1995, 700 contrats de cinq ans sont proposés pour mettre les scénarios imaginés en application. Ces PDD ont privilégié une approche intégrée de l'exploitation agricole en essayant de tenir compte de la demande sociale relative à l'environnement et au territoire. Ils correspondent à une avancée significative par rapport aux programmes antérieurs et ont permis entre autres de stabiliser une méthode d'évaluation de la durabilité à plusieurs niveaux (territoire, environnement, exploitation) et annoncent les futurs contrats territoriaux d'exploitation (CTE).

Ces contrats sont créés en 1999 au moment de la réforme de la Loi d'orientation agricole et sont conçus à partir d'une approche globale au niveau de l'exploitation (Urbano, Vollet, 2005) qui intégrait d'ailleurs, et c'était une première, les objectifs du développement durable dans ses objectifs de développement sectoriel, et s'inscrivait résolument dans le prolongement de la politique agricole européenne (Pingault, 2004). En effet, l'article premier stipulait que « La politique agricole prend en compte les fonctions économique, environnementale et sociale de l'agriculture et participe à l'aménagement du territoire, en vue d'un développement durable » (Art. 1, Loi d'orientation agricole 99-574 du 9 juillet 1999). Cette loi reconnaissait et institutionnalisait en outre le caractère multifonctionnel de l'agriculture. Elle introduisait, avec le CTE, un nouvel instrument ayant pour but de rendre compatible des objectifs parfois contradictoires ou concurrents, puisqu'à côté des objectifs traditionnels (installation des jeunes agriculteurs, aides à la modernisation et à la compétitivité des entreprises), elle assignait à l'agriculture un objectif de sécurité alimentaire et un rôle de protection du paysage et de l'environnement (Bonnieux, 2009). De fait, les objectifs des CTE répondaient à deux grandes finalités. D'une part, ils cherchaient à prendre en compte

l'ensemble des fonctions économiques, environnementales et sociales de l'agriculture en réponse aux différentes demandes de la société en matière de produits agricoles (qualité, sécurité, traçabilité...), d'environnement et d'occupation de l'espace et de développement des espaces ruraux. D'autre part ils visaient à assurer une distribution plus équitable des soutiens publics entre les différents types d'exploitations, de systèmes productifs et de territoires ruraux (Léger et al., 2006).

Les CTE sont rapidement devenus la pierre angulaire de la première version (2000-2006) du Plan de Développement Rural National (PDRN) qui cherchait à encourager la multifonctionnalité de l'agriculture. Ce plan était à la fois la continuité de la politique européenne (avec la création du second pilier de la PAC consacré au développement rural) et de la politique française engagée depuis la deuxième moitié des années 1990, centrée autour de la notion de multifonctionnalité. Mais le bilan des CTE est assez mitigé et, dès 2003, ils sont remplacés par les « contrats d'agriculture durable ». En effet, ils ont au moins partiellement manqué leur vocation d'assurer une distribution plus équitable des soutiens publics, puisqu'ils ont été majoritairement saisis par des agriculteurs « professionnels », disposant d'exploitations de taille supérieure à la moyenne nationale quelle que soit leur orientation productive, jeunes, modernes et intégrés aux réseaux du conseil agricole. De plus, dans leur élaboration et leur mise en œuvre, ils ont privilégié une entrée verticale, par types de production, plutôt qu'une entrée horizontale territoriale et multi-acteurs, comme cela était pourtant prévu, comme en atteste le faible nombre (moins de 15 %) de contrats s'inscrivant dans un projet collectif de territoire ou étant portés par des structures ou des collectivités territoriales (Léger et al., 2006). En dépit de l'échec relatif du CTE, la loi d'orientation agricole 2006-11 du 5 janvier 2006 prolongeait celle de 1999 et a contribué à stabiliser la prise en compte des attentes des consommateurs-citoyens dans l'orientation des politiques agricoles et la promotion d'une agriculture durable et écologiquement responsable. En effet, le titre IV de la loi, intitulé « Répondre aux attentes des citoyens et des consommateurs » cherchait à améliorer la sécurité sanitaire et la qualité des produits (Chapitre 1), à promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement (Chapitre 2) et à garantir les conditions d'une agriculture de montagne durable (Chapitre 3).

Par ailleurs, suite aux rencontres du Grenelle de l'environnement entre septembre et décembre 2007, visant à prendre des décisions de long terme en matière d'environnement et de développement durable pour restaurer la biodiversité par la mise en place d'une trame verte et bleue et de schémas régionaux de cohérence écologique, tout en diminuant les

émissions de gaz à effet de serre et en améliorant l'efficacité énergétique, la loi n°2009/967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement intègre la question agricole. Plus précisément, le titre III, consacré à « Une agriculture et une sylviculture diversifiées et de qualité, productives et durables » pose les enjeux d'une agriculture durable en France, qui deviennent « de répondre aux besoins alimentaires de la population ». Entre autres, cette loi vise à favoriser le développement des filières biologiques et l'approvisionnement des services de restauration collective gérés par des collectivités en produits biologiques et / ou saisonniers « à faible impact environnemental, eu égard à leurs conditions de production et de distribution » (Art. 31, a), Loi n°2009/967). Elle marque un tournant puisque pour la première fois sont associés comme faisant partie d'un même problème les enjeux liés à la production et ceux liés à la distribution / consommation des produits agricoles : la durabilité renvoie à la fois à celle des modes de production, mais aussi à celle des modes de consommation (et donc à l'organisation des chaînes alimentaires).

Enfin, la loi n° 2014-1170 du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt, en associant enjeux alimentaires et agricoles, marque un nouveau pas en avant dans la stabilisation d'un référentiel durable entérinant la vocation alimentaire de l'agriculture. Dans son titre préliminaire elle précise que les objectifs de la politique de l'agriculture et de l'alimentation sont premièrement « d'assurer à la population l'accès à une alimentation sûre, saine, diversifiée, de bonne qualité et en quantité suffisante, produite dans des conditions économiquement et socialement acceptables par tous, favorisant l'emploi, la protection de l'environnement et des paysages et contribuant à l'atténuation et à l'adaptation aux effets du changement climatique ».

En France, la traduction des enjeux associés au développement durable se caractérise donc par un rapprochement entre politiques agricoles (centrées sur la maîtrise de l'offre, dont la problématisation se fait de plus en plus en termes qualitatifs) et alimentaires (centrées sur la demande, qu'il s'agit de faire évoluer vers une plus grande prise en compte des aspects sociaux, environnementaux, éthiques de la consommation). La problématisation de la durabilité agricole et alimentaire se traduit aujourd'hui, en France et en Europe, par une mise en question des modes de distribution dominants des produits agricoles. Ceux-ci porteraient en effet atteinte aux revenus des agriculteurs, à l'environnement, à la qualité des produits et à la santé des consommateurs. Cependant, malgré la stabilisation d'un référentiel durable structurant les orientations des politiques agricoles nationales et communautaires, la norme de

marché reste centrale et extrêmement structurante dans la définition et la mise en œuvre des politiques sectorielles, au niveau communautaire comme national.

## **1.2. La protection de l'environnement et le développement durable aux prises avec le référentiel marchand : concurrences et complémentarités**

L'institutionnalisation du référentiel durable ne se traduit pas par un renversement des priorités du gouvernement sectoriel. Au contraire, il semble plus exact de voir dans sa stabilisation une transformation et un élargissement de ses objectifs en vue de regagner une légitimité sociale et politique, visant à encourager le développement d'une agriculture multifonctionnelle (centrée sur la protection de l'environnement et des paysages naturels, ou la préservation d'espaces naturels récréatifs à destination des populations urbaines) plutôt qu'une évolution durable des modes de production dominants. Néanmoins, la notion de développement durable, telle qu'elle est problématisée et instrumentée aux niveaux français et européen depuis le début des années 1990 ne met pas en question l'idée de croissance économique. Autrement dit, le référentiel durable ne remet pas en cause la centralité du référentiel marchand dans la détermination des orientations sectorielles qui restent fondamentalement centrées autour de la notion de compétitivité (Carter et al., 2014).

Ainsi, les réformes de la PAC, de 1992 à 2013, si elles assignent des objectifs environnementaux et de développement durable aux politiques agricoles, se traduisent avant tout par la poursuite de la libéralisation des marchés agricoles et la diminution des soutiens publics à l'agriculture. En effet, au début des années 1990, la politique de protection du marché communautaire et les subventions aux exportations font l'objet de critiques internes (de la part de certains Etats-membres et d'associations environnementalistes) et surtout externes (de la part des partenaires / concurrents commerciaux de l'Europe, Etats-Unis en tête). Les Etats-Unis en particulier font valoir l'existence de distorsions de concurrence induites par les instruments de la PAC. Ce sont les barrières tarifaires et le système des prix garantis qui font l'objet des critiques les plus vives. Ces critiques ont eu un poids déterminant dans la réforme de la PAC de 1992, car elles s'inscrivaient dans un contexte de négociations internationales visant à faire rentrer l'agriculture dans les négociations multilatérales du General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), inclusion à laquelle les européens étaient jusque-là parvenus à échapper, en faisant valoir le principe de « l'exception agricole » (Fouilleux, 2000 ; Butault et al., 2004).

Ainsi, en l'absence de solution sur le volet agricole entre les Etats-Unis, leurs alliés et l'Union européenne, la négociation globale de l'Uruguay Round enclenchée depuis 1986 était

directement remise en question et l'accord général sur le commerce international menacé de rupture. Dans ce contexte, une réforme de la PAC dont il est apparu progressivement qu'elle permettrait de relancer le processus de négociation, s'est imposée comme une nécessité pour la Communauté européenne. Les négociations du GATT ont fourni les conditions politiques du déclenchement d'une réforme de la PAC (Fouilleux, 2000) et la réforme de 1992 s'est traduite par une réduction de l'intervention communautaire sur le soutien des marchés et des prix. En particulier, la transformation des prélèvements variables en droits de douane fixes visait à aligner le marché agricole européen sur les politiques de concurrence internationales.

Les réformes de 1999 et 2003 sont allées, elles aussi, dans le sens de la libéralisation entreprise en 1992. La réforme « Agenda 2000 » a poursuivi ce mouvement, en diminuant le niveau des prix garantis, en réformant les OCM, mais surtout en institutionnalisant les deux piliers d'aides de la PAC. Dans le prolongement de cette réforme, celle de 2003 entérinait le principe du découplage des aides par rapport aux volumes de production. Ce nouveau système de versement des aides visait à mieux orienter les exploitations en fonction du marché et à réduire les distorsions sur la production et le commerce agricoles. Il concernait principalement les grandes cultures, le riz, les semences, la viande bovine, la viande ovine et caprine, le lait et les produits laitiers, les légumineuses à grain et les féculs de pomme de terre. La réforme de la PAC en 2013 revient, dans une certaine mesure, sur cette idée de découplage. En effet, certaines aides ont été partiellement recouplées, les paiements uniques étant remplacés par un système de paiements par étages ou strates. De plus, cette réforme consolide les instruments de l'OCM unique à titre de « filets de sécurité » qui n'interviennent qu'en cas de crise des prix et de perturbation des marchés. En outre, la suppression de toutes les mesures de contrôle de l'offre est confirmée : le régime des quotas sucriers expirera en 2017 et les droits de plantation des vignobles seront remplacés par un système d'autorisations à partir de 2016.

Au niveau européen comme national, un vaste travail institutionnel est ainsi entrepris, dès le début des années 1990, de manière plutôt contrainte par les enjeux de politique internationale, pour mettre fin à « l'exception agricole » européenne tout en développant de nouvelles politiques d'organisation de la traçabilité permettant de garantir la loyauté des transactions et la qualité des produits agroalimentaires. En effet, dans un contexte marqué par la succession des crises alimentaires, avérées ou potentielles<sup>37</sup>, se traduisant par une méfiance croissante des consommateurs vis-à-vis de la qualité des produits agroalimentaires, le

---

<sup>37</sup> La « crise de la vache folle » en 1996, le scandale du poulet belge à la dioxine en 1999, la grippe aviaire en 2003 ou encore, plus récemment, l'épidémie de la bactérie E.Coli en 2011, mais aussi les débats récurrents sur les Organismes génétiquement modifiés (OGM) et leur impact sur la santé

développement de filières de qualité territorialisées, de modes de production respectueux de l'environnement et du consommateur (comme l'AB) apparaissent comme de nouvelles manières de répondre aux craintes et aux nouvelles attentes des consommateurs, celles-ci étant désormais très largement construites par les distributeurs (Dubuisson-Quellier, 2002).

Alors qu'initialement, les objectifs de protection de l'environnement et de croissance économique étaient présentés comme fondamentalement inconciliables, la mise au jour de l'existence d'une demande pour des produits ne portant ni atteinte à la préservation de l'environnement ni à la santé des consommateurs tend à réconcilier ces deux objectifs en promouvant les politiques de qualité comme nouvel instrument de régulation des marchés. Dans cette perspective, le référentiel durable apparaît comme une nouvelle manière de réaliser les appariements entre offre et demande, en ce qu'il contribue à la segmentation croissante de l'offre sur un plan qualitatif. Autrement dit, la centralité du marché pour le secteur agricole n'est pas remise en cause par la stabilisation d'un référentiel durable, dans la mesure où celui-ci cherche avant tout à faire évoluer l'offre des producteurs pour mieux tenir compte des nouvelles attentes exprimées par une frange croissante des consommateurs français et européens quant à la qualité de leur alimentation.

## **2. L'institutionnalisation du référentiel durable, quel impact sur le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais ?**

Si les vingt-cinq dernières années ont été marquées par la stabilisation d'un référentiel durable aux côtés d'un référentiel marchand lui préexistant, cette nouvelle norme d'action publique cherchant à valoriser la préservation de l'environnement et le développement durable « ne contient pas de définition précise du développement durable en tant qu'ensemble de valeurs. A la place, il s'agit d'un répertoire d'instruments et d'idées qui a autorisé les acteurs à l'intérieur des industries à co-construire sa signification de manière relativement *ad hoc* » (Carter et al., 2014, p. 186).

Autrement dit, ne reposant pas sur une définition instituée et opérationnalisée par des instruments spécifiques, la norme de durabilité n'est pas traduite de la même manière dans les différentes filières du secteur agricole, ni par les mêmes acteurs. Dans la filière des fruits et légumes frais, qui apparaît toujours comme le « parent pauvre de la PAC », étant donnée la faiblesse des niveaux d'aides directes au regard de sa valeur dans l'économie agricole

européenne<sup>38</sup>, on pourrait *a priori* penser que l'imposition d'un référentiel durable pèse moins que dans d'autres. Or il n'en est rien, et celui-ci devient rapidement une norme structurante pour l'ensemble des acteurs de la filière.

Nous verrons dans cette partie comment le référentiel durable est problématisé et mis en œuvre par les acteurs de la filière des fruits et légumes frais, aux échelles européenne et nationale. En effet, la réforme de l'OCM fruits et légumes, en 1996, vise à faire évoluer les pratiques des producteurs vers une meilleure prise en compte des enjeux environnementaux associés à la production de fruits et légumes, à travers notamment le renforcement du rôle des organisations de producteurs (OP) dans la définition des stratégies culturelles mises en place par leurs adhérents. Cette traduction du référentiel durable en termes d'écologisation des modes de production renvoie donc à la transformation des rapports institués de production. Mais elle ne correspond pas qu'à une dynamique exogène : nombreux sont les acteurs qui, à l'intérieur de la filière, tentaient depuis longtemps de faire valoir les bénéfices environnementaux, économiques et marchands de modes de production plus respectueux de l'environnement, mais qui, faute d'un cadre conceptuel stabilisé auquel rattacher leurs pratiques, peinaient à institutionnaliser leur point de vue (Landais, 1998). Ces démarches ont progressivement été institutionnalisées et généralisées par les acteurs de la grande distribution, en vue de segmenter l'offre et garantir des produits sans danger pour la santé des consommateurs. De ce point de vue, ces acteurs ont eu un poids décisif dans l'institutionnalisation du référentiel durable, certainement plus important que celui des normes d'action publique centrées sur la protection de l'environnement.

### **2.1. La réforme de l'OCM fruits et légumes de 1996 et l'intégration des enjeux environnementaux dans le gouvernement de la filière**

Alors que la réforme des principales OCM (lait, céréales, viande) n'intervient qu'en 2000, l'OCM fruits et légumes est amendée dès 1996 lors du Conseil des ministres de l'Agriculture par le règlement CE 2200/1996 du Conseil du 28 octobre 1996 portant organisation commune des marchés dans le secteur des fruits et légumes. La nouvelle OCM entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 1997. Cette réforme, décalée dans le temps par rapport à celle des autres OCM, procède d'une insatisfaction au niveau européen et dans certains pays (en France tout particulièrement) par rapport à l'OCM de 1972 qui, près de 25 ans plus tard, semble incapable de régler les problèmes d'organisation et de clarification du marché. Dans

---

<sup>38</sup> En 2007, ces aides s'élevaient à 3,5 % des montants distribués par l'UE et concernaient principalement l'OCM bananes et les fruits à coques, bénéficiant d'un soutien spécifique de la part de l'UE, alors que la filière fruits et légumes représentait 17 % de la valeur agricole brute européenne (Bernard de Raymond, 2007, p. 329).

un rapport d'information sénatoriale de 1997 reprenant les conclusions de la Commission européenne, les rapporteurs identifient quatre déséquilibres majeurs que l'OCM ne parvenait plus à réguler : le fonctionnement insatisfaisant de certaines OP, un détournement des retraits subventionnés pesant sur les niveaux de qualité généraux de la filière, des normes de qualité mal comprises par les consommateurs et des insuffisances statistiques concernant à la fois les volumes d'importation et de retrait<sup>39</sup>.

Premièrement, le rôle des OP dans la concentration et la régulation tant quantitative que qualitative de l'offre est mis en cause par les pouvoirs publics européens et français. En particulier, certaines de ces OP sont présentées comme des coquilles vides, fonctionnant selon une « logique de production sans vocation commerciale affirmée », n'assumant en aucun cas la fonction qui leur était initialement assignée par l'OCM de 1972 et ne servant que de « boîtes aux lettres » permettant de toucher les aides de la PAC destinées à financer les retraits.

Deuxièmement, le système des retraits, initialement mis en place pour faire face à des excédents conjoncturels, s'est trouvé détourné de sa fonction de stabilisation des prix. En effet, de plus en plus de producteurs se sont mis à utiliser les retraits comme un débouché en soi. Ces stratégies se sont traduites par la recherche de la diminution systématique des coûts de production, au détriment de la qualité et l'encouragement d'une logique de volume contribuant à tirer l'ensemble des prix vers le bas.

Troisièmement, l'édiction de normes de qualité censées favoriser le commerce et se traduisant par l'interdiction de principe de la commercialisation des fruits et légumes classés en catégorie III et par l'augmentation du calibre des pommes commercialisables a pu faire l'objet de critiques de la part de la société civile, dans la mesure où des produits par ailleurs aptes à la consommation ou traditionnellement produits dans certaines régions étaient retirés de la vente<sup>40</sup>.

Enfin, la Commission a constaté des lacunes importantes concernant l'information statistique disponible sur le volume des importations de fruits et légumes qui entre dans l'Union européenne. Par ailleurs, au cours de son enquête, qui porte sur les campagnes 1990/1991 et 1992/1993, la Cour des comptes européenne a relevé « des

---

<sup>39</sup> Huchon et al., 1997, Rapport d'information n°354 – « Fruits et légumes : une véritable ambition pour le secteur »

<sup>40</sup> Ce qui montre encore une fois bien l'écart pouvant exister entre les évaluations professionnelles de la qualité, de plus en plus centrées sur des mesures objectivées et quantifiables, là où les évaluations profanes des consommateurs renvoient à des évaluations subjectives, affectives, sensorielles, etc.

insuffisances dans les contrôles et la gestion des opérations de retrait en France et en Grèce entraînant des paiements injustifiés ». Selon elle, la plupart des groupements de producteurs sont loin de remplir le rôle qui leur a été assigné par Bruxelles.

Ce constat sans appel invite à une refonte profonde de l'OCM fruits et légumes afin de lui permettre de jouer pleinement son rôle dans la régulation et la normalisation de l'offre. La nouvelle OCM insiste en particulier sur le statut et le rôle des OP dès le Titre II (articles 11 à 18). Elles ont le statut de personne morale quand elles sont constituées à l'initiative de producteurs. De manière semblable à l'OCM de 1972, les règles d'apport total et de respect des règles de l'OP de la part des producteurs (en matière de production, de commercialisation et, pour la première fois, de protection de l'environnement) sont définies dans l'article 11. La reconnaissance du statut d'OP est octroyée par chaque Etat-membre (sous réserve d'un volume et d'un nombre d'adhérents minimaux ainsi que de garanties quant à l'effectivité de son action). La fonction marchande est au cœur de la définition de leur rôle dans la nouvelle OCM puisqu'elles doivent « assurer la programmation de la production et son adaptation à la demande, notamment en quantité et en qualité », « promouvoir la concentration de l'offre et la mise en marché de la production des membres » et « réduire les coûts de production et régulariser les prix à la production ».

Ceci dit, le quatrième objectif assigné aux OP renvoie lui à un objectif environnemental qui apparaît pour la première fois de manière stabilisée au sein du cadre dessiné par l'OCM, allant au-delà du respect des normes sanitaires de traitement des produits. Désormais, les OP devront « promouvoir des pratiques culturelles et des techniques de production et de gestion des déchets respectueuses de l'environnement, notamment pour protéger la qualité des eaux, du sol, du paysage et pour préserver et/ou promouvoir la biodiversité ». De plus, les soutiens financiers auxquels peuvent prétendre les OP sont conditionnés par la mise en œuvre d'un « fonds opérationnel » défini à l'article 15. Ces fonds peuvent servir au financement des retraits du marché ainsi qu'à la réalisation d'un programme opérationnel intégrant lui aussi une composante environnementale (réduite à la définition de modes de production respectueux de l'environnement). Ce sont des programmes d'investissements pluriannuels (sur cinq ans) qui doivent viser un ou plusieurs des objectifs suivants : « l'amélioration de la qualité des produits, le développement de leur mise en valeur commerciale, la promotion des produits auprès des consommateurs, la création de lignes de produits biologiques, la promotion de la production intégrée ou autres méthodes de production respectant l'environnement, la réduction des retraits » (article 15, paragraphe 4).

Ce sont les Etats-membres qui ont la responsabilité de fixer les orientations des stratégies nationales en matière environnementale, après analyse de la situation et concertation avec les différentes filières concernées. En France, les investissements financés dans le cadre des programmes opérationnels sont regroupés autour des thèmes suivants : production biologique et production intégrée ; meilleure utilisation et/ou meilleure gestion quantitative de l'eau ; préservation de la qualité de l'eau, création et/ou préservation d'habitat favorable à la biodiversité et actions en faveur du paysage ; lutte contre le changement climatique (économie d'énergie et énergies alternatives) ; gestion environnementale des déchets ; développement des moyens de transport alternatif ; gestion des emballages de commercialisation favorable à l'environnement ; autres mesures (appui technique, conseil, analyse, animations collectives liées à une ou plusieurs mesures environnementales, formation, diagnostic territorial).

Autrement dit, si l'UE cherche à renforcer le rôle et la place des OP au stade de la première mise en marché en évitant qu'elles ne servent que de boîte aux lettres destinées à toucher les subsides des retraits, elle encourage aussi une transformation des modes de production allant dans le sens d'une meilleure prise en compte des enjeux environnementaux grâce à la définition des programmes opérationnels. Toutefois, l'encouragement au développement de pratiques culturelles plus respectueuses de l'environnement est toujours subordonné à la norme marchande, puisque l'article 11 fait de « l'adaptation à la demande, notamment en quantité et en qualité » le premier objectif des OP. Cette politique est malgré tout ambiguë car si elle cherche à encourager des modes de production respectueux de l'environnement, elle insiste aussi sur la nécessité pour les OP de réduire les coûts de production en vue de régulariser les prix à la production, ces deux objectifs étant *a priori* dictés par des logiques incompatibles.

## **2.2. La filière des fruits et légumes frais et l'écologisation des modes de production : des normes publiques faiblement contraignantes**

Le référentiel durable, au sein de la filière des fruits et légumes frais, se traduit par des incitations visant à développer des modes de production respectueux de l'environnement. Cette orientation permet à la fois aux titulaires de son gouvernement de s'inscrire dans la ligne politique définie aux niveaux communautaire et national, mais aussi de répondre aux attentes des consommateurs dont les nouvelles préoccupations alimentaires s'expriment de plus en plus dans un registre diététique et de santé. En particulier, certaines pratiques initiées depuis longtemps par certains acteurs de la filière, comme la lutte intégrée ou l'AB, trouvent

un nouvel écho vis-à-vis des gouvernants et bénéficient d'une attention renouvelée de la part des pouvoirs publics, mais surtout des distributeurs qui y voient une opportunité de segmenter l'offre afin de conserver une partie de leur clientèle qui commence à se détourner d'eux.

En effet, il ne faudrait pas croire que les considérations écologiques et environnementales émergent au sein de la filière des fruits et légumes frais au moment où la PAC entreprend son « verdissement » et où l'Europe pose un cadre législatif commun à l'homologation de la mise en marché des pesticides<sup>41</sup> se traduisant par le retrait d'environ la moitié des molécules du marché. Au contraire même, cette question est portée, au niveau international, européen et français, depuis les années 1950 par des producteurs et des acteurs de la recherche agronomique préoccupés par la généralisation du recours aux traitements phytosanitaires et leurs effets sur les écosystèmes, l'apparition de phénomènes de résistance aux pesticides, et le danger potentiel de ces derniers sur la santé des consommateurs (Bernard de Raymond, 2013).

En 1956 est créée, sous l'impulsion d'entomologistes et d'écologues, l'Organisation internationale de lutte biologique et intégrée contre les animaux et plantes nuisibles (OILB). L'OILB engagera à partir de 1970 un programme de recherche sur la définition d'un mode de production qualifié d'« intégré » associant des moyens de lutte chimiques et biologiques afin de réduire la part des traitements chimiques dans la conduite des cultures<sup>42</sup>. Cette réflexion est déployée au niveau français par le Comité pour la valorisation de la production fruitière intégrée (Covapi) créé en 1979 et se traduit par la diffusion de guides de production intégrée dans la profession. Malgré tout, ce courant de recherche, en France, tend à s'essouffler dans les années 1980, du fait d'un faible soutien de la part des pouvoirs publics et du désintérêt des acteurs dominant la filière.

Pourtant, au début des années 1990 s'ouvre une fenêtre d'opportunité propice à la reconquête du terrain peu à peu abandonné, avec l'inscription à l'agenda politique des enjeux environnementaux associés à l'agriculture. Malgré cela, les OP mettant en œuvre les techniques agronomiques se réclamant de la production intégrée restent ancrées dans une

---

<sup>41</sup> Ce cadre est créé par la directive 91/414/CEE du Conseil de l'Europe du 15 juillet 1991. Il vise à harmoniser les procédures de mise sur le marché des produits phytopharmaceutiques, celles-ci étant jusqu'alors assurées par les seuls Etats-membres, cet état de fait se traduisant par des distorsions de concurrence préjudiciables à l'ouverture du marché unique (Bernard de Raymond, 2013, p. 253).

<sup>42</sup> De ce point de vue, la production intégrée peut être décrite comme une forme « d'innovation par retrait », telle que celles décrites par Goulet et Vinck. Ces innovations par retrait « sont associées au développement d'une rhétorique du « mieux » par le « moins de » et le « sans », appelant à « raccourcir », « réduire », « diminuer » ou « supprimer » la présence de certaines entités » (Goulet, Vinck, 2012, p. 197). Les auteurs font rentrer dans la liste de ces innovations « la ville sans voiture », « les aliments sans colorants ni conservateurs », « l'agriculture sans pesticide » ou même encore les circuits courts alimentaires.

logique de progrès technique marquée par la question du rendement, du calibre, etc. Autrement dit, si l'on assiste bien, à partir des années 1990, à une écologisation des modes de production, celle-ci est toujours envisagée par rapport à l'existence d'un marché et à la possibilité de valoriser commercialement la qualité environnementale des fruits et légumes. Or cette reconnaissance demeure faiblement institutionnalisée, et ne concerne que certains segments de marché, ce qui n'incite pas les producteurs à investir massivement dans ces nouvelles techniques et limite « l'émergence d'innovations plus radicales dans les manières de produire » (Bellon et al., 2006, p. 13). Par ailleurs, en fonction de l'évolution des marchés et des prix, certains producteurs n'hésitent pas à « réintensifier » leurs modes de production et réajustent les niveaux de traitements sur cette base afin d'augmenter les rendements et / ou d'améliorer la qualité commerciale (visuelle) des produits (Lamine et al., 2009).

Toutefois, un problème de reconnaissance réglementaire se pose aux organismes certificateurs, et particulièrement à la Commission nationale des labels et de la certification (CNLC). En l'absence de définition réglementaire nationale ou communautaire de ces modes de production, il est impossible pour la CNLC d'attester de leur conformité à un standard établi, contrairement à l'AB qui est reconnue officiellement en France depuis 1981 et depuis 1991 en Europe comme « un mode de production original »<sup>43</sup> (Sylvander, 1997).

En 1998 le ministère de l'Agriculture confie ainsi à la CNLC la charge d'animer un groupe de travail visant à éclaircir la situation de « l'agriculture raisonnée »<sup>44</sup>. Le groupe de travail rend son avis en juin 1999 et entérine l'assimilation entre production intégrée et agriculture raisonnée, au grand dam notamment des arboriculteurs précurseurs de ces techniques, dont certaines allaient déjà plus loin que le futur socle retenu pour l'agriculture raisonnée. La définition retenue met en avant la recherche d'une maîtrise de son impact environnemental. Autrement dit, par rapport aux objectifs de la production intégrée, les termes de l'équation sont inversés : il ne s'agit plus de mieux intégrer l'agriculture dans un écosystème environnemental dont les producteurs peuvent tirer des ressources valorisables économiquement. En outre, en juillet 1999, l'ancien président de l'INRA G. Paillotin se voit

---

<sup>43</sup> Règlement CE n°2072/91

<sup>44</sup> Ce changement terminologique, de la production intégrée à l'agriculture raisonnée, tient à la connotation négative associée par les agriculteurs à « l'intégration », qui renvoie souvent à une intégration économique verticale, parfois vécue de manière douloureuse. C'est en tout cas l'argument avancé par J. Thiault, membre de l'Académie d'agriculture française et président du Forum de l'agriculture raisonnée respectueuse de l'environnement (FARRE), lors d'une séance de l'Académie consacrée à l'agriculture raisonnée en février 1998 (Bellon et al., 2006). Pervanchon et Blouet (2002), puis Bernard de Raymond (2013) proposent une interprétation concurrente, en montrant le rôle des industries de produits phytosanitaires dans l'adoption de cette mention, qui cherchaient à promouvoir un meilleur usage de leurs produits et à redorer une image écornée.

confier par le ministre de l'Agriculture une mission sur l'agriculture raisonnée, dans laquelle il entérine :

« un découplage entre la qualité des produits, dont la rémunération est assurée par le marché et l'environnement, bien public, dont la prise en compte devra être assurée par des aides publiques lorsqu'elle induit des contraintes allant au-delà de la réglementation et occasionnant un surcoût tel qu'il doit être compensé. [...] Cet arbitrage ôte beaucoup d'intérêt aux démarches de labellisation portées par les producteurs de fruits et leurs organisations, ce qui laisse le champ libre à la distribution dans la définition des référentiels et des normes de production. Il écarte le référentiel OILB au profit d'une norme nationale moins exigeante » (Bellon et al., 2006, p. 7-8).

En définitive, le référentiel « agriculture raisonnée » est ratifié par le décret n°2002-631 du 25 avril 2002 relatif à la qualification des exploitations au titre de l'agriculture raisonnée. Ce référentiel porte sur le respect de l'environnement, la maîtrise des risques sanitaires, la santé et la sécurité au travail et le bien-être des animaux. Il s'agit donc d'une approche globale de la durabilité au niveau de l'exploitation dont le but est la diffusion de bonnes pratiques aux agriculteurs bénéficiant de la qualification raisonnée. Autrement dit, ce référentiel est assez peu contraignant en termes d'amendement des pratiques culturales et d'adaptation des modes de production aux nouvelles exigences du marché et des consommateurs. La durabilité renvoie ici à l'adoption par les agriculteurs de bonnes pratiques gestionnaires, tant au niveau de la connaissance de l'exploitation et de son environnement, de la traçabilité des pratiques, de la santé et de la sécurité au travail, de la gestion des sols, de la fertilisation minérale et organique, de la protection des cultures, de l'irrigation<sup>45</sup>, etc.

Pour conclure sur la traduction du référentiel environnemental dans la filière des fruits et légumes frais, nous avons mis en avant l'impact décisif de la réforme de l'OCM fruits et légumes de 1996 sur l'intégration, via les normes d'action publique (à travers l'obligation faite aux OP de définir des programmes opérationnels intégrant des mesures de protection de l'environnement), d'objectifs associés au développement de modes de protection plus respectueux de l'environnement. Autrement dit, le référentiel durable est dilué par la traduction qui en est faite par les acteurs de la filière puisqu'il est défini par rapport à sa seule dimension environnementale et se centre principalement sur la stabilisation de nouveaux rapports institués de production. De manière cruciale, comme le montre l'échec de la

---

<sup>45</sup> Arrêté du 30 avril 2002 relatif au référentiel de l'agriculture raisonnée, Annexes.

labellisation des démarches de production intégrée, les acteurs publics français sont en retrait sur cette question et laissent aux distributeurs la responsabilité de fixer leurs propres normes de production aux producteurs et à leurs organisations.

Autrement dit, en promouvant une certification environnementale, non pas des modes de production, mais bien de la gestion des exploitations, ne pouvant se traduire par une meilleure valorisation commerciale des produits du fait de l'absence de label apposé sur les produits, l'Etat français a, peut-être involontairement, favorisé le renforcement du poids des distributeurs (grossistes à service complet et grande distribution) dans le gouvernement de la filière des fruits et légumes, en les laissant intervenir de manière croissante dans la stabilisation des institutions encadrant les relations de production plaçant au cœur de la dynamique de qualification marchande le respect de normes de qualité environnementale. Ce processus trouve en effet un relais important, au cours des années 1990 et 2000, chez les enseignes de la grande distribution qui, dans un contexte marqué par la défiance croissante des consommateurs vis-à-vis de la qualité des produits alimentaires conventionnels, cherchent à la fois à organiser la traçabilité des produits et à renforcer la segmentation de l'offre en développant des stratégies de gammes sur l'ensemble du rayon marquées par l'émergence de « marques de filière » situées dans un créneau qualitatif supérieur.

### **2.3. Développement durable et politiques de qualité de la grande distribution**

Un des faits marquants des années 1990 et 2000 dans le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais est l'irruption des distributeurs dans la redéfinition des modes de production des agriculteurs, qu'ils orientent vers une plus grande prise en compte de leur impact sur l'environnement. Toutefois, les référentiels privés élaborés par les enseignes de la grande distribution française et nord-européenne ne se contentent pas de redéfinir les modes de production légitimes à mettre en œuvre. Plus généralement, ils s'inscrivent dans une démarche visant à organiser la traçabilité de l'ensemble des modes de production.

#### ***2.3.1. Quand la grande distribution redéfinit les modes de production légitimes du point de vue sociétal et environnemental***

Dès la fin des années 1990, les exigences du développement durable sont traduites par la grande distribution en termes d'écologisation des modes de production. Il s'agit, par le truchement du dispositif formel et contractuel du cahier des charges, d'inciter les producteurs indépendants et les OP à développer des lignes de produits respectueuses de l'environnement

et de la santé des consommateurs, en vue de segmenter l'offre d'un point de vue qualitatif<sup>46</sup>. Cette stratégie est innovante puisque les distributeurs « empiètent » sur un terrain qu'ils laissaient jusqu'alors en dehors de leur périmètre d'intervention, celui de la définition des modes de production légitimes et souhaitables du point de vue environnemental et sociétal.

Ainsi les premières démarches de certification relatives à la production intégrée apparaissent d'abord pour les fruits et la pomme en particulier. En 1992, le Covapi dépose la première demande de certification relative à la production fruitière intégrée et en 1997, le groupe Carrefour dépose une certification de conformité de produit (CCP) en pomme. Un producteur ayant participé à ces démarches de certification témoigne de l'intérêt de l'enseigne pour ces nouvelles démarches qui lui permettent à l'époque de se distinguer de ses concurrents, en institutionnalisant une dynamique de qualification des fruits centrée sur leur qualité sanitaire et environnementale, une première dans la filière des fruits et légumes frais :

*« Ce Covapi a été mis en place par des arboriculteurs de Provence et du Lot-et-Garonne. On a fait ça, on a vendu ce système à Carrefour, et pendant des années on a très bien vendu nos pommes à Carrefour, grâce au Covapi, parce que Carrefour a été le premier distributeur sans doute à se sensibiliser aux problèmes environnementaux et de la qualité du fruit. Et très rapidement, ils ont trouvé un intérêt à étendre ce cahier des charges à l'ensemble des productions, et ils ont repris notre cahier des charges qu'ils ont imposé à nous et à d'autres, et c'est devenu le cahier des charges Carrefour. » (P6)*

Rapidement, d'autres enseignes de la grande distribution commencent à faire entrer la qualité environnementale dans leurs cahiers des charges. C'est le cas notamment d'Auchan qui associe à sa marque distributeur un logo « filière agriculture raisonnée » (Bellon et al., 2006). Particulièrement développées dans certains secteurs de l'agroalimentaire, en viandes notamment, ces marques de filière restent pourtant peu mobilisées au sein de la filière des fruits et légumes frais, du fait du surcoût généré en termes de mise aux normes par rapport au potentiel de valorisation économique du produit qu'elles représentent pour les producteurs (Bernard de Raymond, 2013). Elles se traduisent en général par un positionnement qualitatif relativement proche du standard conventionnel (Codron et al., 2005). Toutefois, l'ensemble

---

<sup>46</sup> Cette stratégie, se traduisant par le développement des marques de filière, marque une rupture avec les logiques ayant présidé à la structuration des marques de distributeur classiques. En effet, alors que celles-ci sont fondées sur un principe de renégociation des rapports de force entre producteurs et distributeurs et se traduisent par un prix tiré à la baisse, les marques de filières sont basées sur un autre principe puisqu'elles ont moins pour objet de modifier le rapport de force avec les fournisseurs que de fournir des supports de segmentation de l'offre aux consommateurs en développant des filières de produits qui se positionnent en qualité plus élevée et à des prix supérieurs à ceux de l'offre moyenne de produits non différenciés » (Fontguyon et al., 2003, p. 86).

des politiques de qualité mises en place par les distributeurs est basé sur une approche plus écologique des modes de production, en lien avec le concept d'agriculture raisonnée ou de lutte intégrée, sans toutefois que cette écologisation des modes de production ne puisse systématiquement trouver un écho en termes de communication. Il est pourtant indéniable que les agriculteurs ou les OP référencés par les centrales d'achat de la grande distribution ont dû faire évoluer leurs pratiques culturales vers des pratiques de traitement moins systématiques mais aussi et surtout, vers des pratiques d'enregistrement visant à organiser la transparence, du point de vue des clients, des modes de production :

*« Aujourd'hui le cœur du cahier des charges c'est quand même tout ce qui est traçabilité au niveau phytosanitaire : respect du cahier des charges, respect des molécules, respect des limites dans la serre, les dépassements de résidus, etc. » (P7)*

*« Après [le cahier des charges] c'est surtout une façon de produire. On s'engage à respecter l'environnement, on s'engage à ne pas utiliser certains produits... Ce sont des cahiers des charges que l'on doit remplir pour travailler avec certaines personnes. » (OP2)*

Cependant, si depuis la fin des années 1990 les distributeurs intègrent une composante environnementale à leurs cahiers des charges, deux points méritent d'être soulignés pour comprendre la portée et l'impact de ces nouvelles normes de production environnementales. D'une part, comme le montre l'exemple du Covapi et du groupe Carrefour, l'intégration de normes de production environnementales dans les cahiers des charges est le produit d'un travail de mobilisation mené par un collectif d'agriculteurs déjà engagés dans une démarche d'écologisation de ses modes de production qui souhaitait pouvoir valoriser économiquement ces produits moins traités. Cette intégration est donc le produit d'une co-construction de la qualité environnementale de l'offre par un collectif de producteurs et un distributeur, dans une logique de partenariat caractéristique des marques de filière (Codron et al., 2005). D'autre part, l'imposition des normes de qualité de la grande distribution à ses fournisseurs doit être analysée comme le produit d'un rapport de force contingent des relations de dépendance que ces acteurs entretiennent l'un vis-à-vis de l'autre. C'est ce que rapporte le directeur de la plus importante coopérative de fruits à coque française :

*« Alors, il se trouve qu'ils ont ces mauvaises habitudes pour des produits sur lesquels ils ont le bon côté du manche. Pour des produits comme le nôtre, c'est plutôt nous qui avons la maîtrise. (...) Quand les allemands nous ont demandé d'aller vers l'IFS, on leur a dit "Attendez, on a déjà Coki Confiance, si vous voulez on y glisse dedans une*

*certification IFS, mais à l'intérieur, elle est pas devant. Elle vient apporter des éléments complémentaires à la pertinence de notre propre cahier des charges de départ". Donc nous, européens et français en particulier, on pourrait faire ça. Et on a souvent laissé la main à la grande distribution, Carrefour ou Intermarché, de nous imposer des GlobalGap, qui n'ont pas de sens ! » (OPI)*

Enfin, l'intégration de normes environnementales se traduit moins par une évolution radicale des modes de production que par la promotion d'un nouveau modèle de gestion des entreprises agricoles centré sur la notion de durabilité, celle-ci portant sur la gestion des produits, des déchets phytosanitaires, des emballages, les conditions de travail des salariés, les formations proposées, etc. Le référentiel durable promu par les acteurs de l'aval renvoie ainsi à la promotion de nouveaux modèles de gestion des entreprises agricoles, certes un peu plus soucieux de l'environnement, plutôt qu'à une véritable révolution écologique des modes de production.

### **2.3.2. De la durabilité des modes de production à celle des modes de gestion des entreprises**

Comme l'a souligné A. Bernard de Raymond dans son ouvrage consacré au marché français des fruits et légumes, le développement des référentiels privés mis en œuvre par les distributeurs (français mais surtout nord-européens) afin d'organiser des procédures de traçabilité en vue de résoudre le problème de la sécurité sanitaire des fruits et légumes a « pour effet premier non pas de transformer les pratiques culturelles mais de les rendre "auditables", vérifiables par un tiers grâce à la production de traces écrites » (Bernard de Raymond, 2013, p. 265) qui ne concernent pas seulement les activités de production, mais aussi et surtout celles de gestion et de management de l'entreprise, dans une logique de traçabilité imposée par les distributeurs :

*« Il y a plein de techniques qui sont pas nouvelles, qu'on utilisait avant, mais qu'on a été obligé de formaliser sur papier, avec les certifications. Alors on a pris la certification... On a résisté. Au début, moi je voulais pas, parce que c'est d'abord le fait de s'acheter un droit de vendre. Et puis après c'est qu'on tombe dans l'extrême. On voit arriver des paquets hygiène, en agriculture, alors qu'on travaille avec la nature. Donc c'est parce qu'on a des clients étrangers, surtout du Sud de l'Europe<sup>47</sup>, qui ont demandé à ce que l'on ait ces certifications, sinon ils n'achetaient pas notre production.*

---

<sup>47</sup> En général, et contrairement à l'expérience de cette productrice, ces demandes de certification sont plutôt exprimées par des distributeurs du Nord de l'Europe qui font de leur obtention une condition *sine qua none* pour l'accès à leurs marchés.

*Donc on s'y est plié, mais ça coûte. Et puis après, bon, au point de vue production c'est pas très contraignant. » (P26)*

Au niveau français, cette tendance est relayée par la certification Agriconfiance, tandis qu'au niveau européen et international, elle est institutionnalisée par les labels EurepGap / GlobalGap, British Retailing Consortium (BRC) et International Food Standard (IFS). La spécificité des labels mis en œuvre par les distributeurs nord-européens (EurepGap / GlobalGap, BRC, voire IFS) est que malgré leur caractère privé, ils acquièrent force de loi pour l'accès aux marchés des pays anglo-saxons, certains producteurs en venant même à les considérer comme des signes officiels de qualité :

*« Par rapport à la qualité, on est sous signe officiel de qualité, Global Gap c'est un signe officiel de qualité, en tout cas dans les marchés. BRC de la même manière, dans le marché c'est quelque chose de très officiel. En ce qui concerne le développement durable, aujourd'hui ce ne sont des obligations ni réglementaires, ni... On trouve de plus en plus de ça dans le cahier des charges des clients donc le marché commence à vraiment s'y intéresser. » (P19)*

Ces normes de qualité privées renvoient à une approche globale du développement durable, dépassant largement les frontières de la définition des modes de production. Elles imposent aux producteurs de fruits et légumes de faire évoluer leurs outils de production dans leur ensemble, de la production à la gestion des déchets, en passant par la formation du personnel ou l'amélioration de ses conditions de travail (Bernard de Raymond, 2013) :

*« Après, pour nous, [la certification GlobalGap] ça a demandé pas mal d'investissements, parce qu'on a refait nos bâtiments de ferme il y a neuf ans, où on a recréé nos bureaux, le parking pour le personnel, une pièce de vie pour le personnel, réfectoire, sanitaires, vestiaires, atelier. Et ensuite on a refait une station de carburants, un local karcher, tout le rangement du matériel, la cour pour la manutention des Palox pour la récolte, stockage du vide pour préparer la récolte à venir, et on a refait tout ce qui était local phyto et aire de remplissage. On l'a fait, tout le monde ne l'a pas fait, ça nous a permis d'avoir des cahiers des charges supplémentaires, donc quelques petits emmerdements supplémentaires peut-être. C'est une grosse contrainte la certification. Ça nous demande pas mal de temps, mais c'est pas mal de l'avoir. » (P15)*

Si les entreprises les plus spécialisées et les plus importantes en termes de volumes de production et de main d'œuvre et qui, par ailleurs, avaient déjà amorcé un virage

environnemental et / ou durable leur permettant d'anticiper certaines des adaptations imposées par la certification peuvent trouver un intérêt dans ces démarches afin d'accéder à de nouveaux débouchés à l'exportation, toutes les entreprises n'y sont pas favorables. En effet, comme le montre l'exemple précédent, le coût financier de la certification peut s'avérer très lourd à supporter pour une petite ou une moyenne structure. D'autre part, les exigences de traçabilité et d'audit imposées par ces référentiels peuvent être vécues de manière extrêmement négative par les agriculteurs qui peuvent s'estimer surveillés et dépossédés de leur autonomie ou de leur libre-arbitre par rapport à leurs clients (Bernard de Raymond, 2013). Enfin, et c'est certainement l'argument décisif, l'adoption de ces certifications est une simple condition d'accès à certains marchés, mais ne permet pas une meilleure valorisation économique des produits qui justifierait le coût des investissements mis en œuvre. C'est en tout cas l'argument mobilisé par ce serriste pour justifier son choix de ne pas être certifié au-delà du cahier des charges imposé par sa centrale d'achat :

*« Trop cher. Ce sont des certifications qui coûtent très cher, et ça ne vaut pas le coup. On retrouve pas la rémunération du produit. On constate une rémunération du produit en baisse. Donc plus on met de charges... déjà que ça passe plus, alors là il faut arrêter. » (P3)*

En définitive, le développement des référentiels privés mis en œuvre par la grande distribution ne doit pas être simplement analysé en termes d'écologisation des modes de production. Bien qu'effectivement ils aient une influence sur l'évolution de ceux-ci (Codron et al., 2002 ; Bellon et al., 2006), les démarches qualité pilotées par les distributeurs renvoient plus fondamentalement à l'institutionnalisation des normes de traçabilité dans les modes de gestion des entreprises agricoles (Bernard de Raymond, 2013). Malgré tout, ces politiques de qualité privées revendiquant des modes de production plus respectueux de l'environnement et des procédures de traçabilité garantissant la sécurité sanitaire des consommateurs dans une logique de développement durable ne renvoient qu'à une manière parmi d'autres de définir et mettre en œuvre le référentiel durable au sein de la filière.

Celui-ci renvoie en effet, pour un certain nombre d'acteurs dont les positions au sein de la filière les assignent à un statut de *challengers* à la stabilisation d'institutions portant certes sur les rapports de production, mais aussi et surtout, sur ceux de commercialisation, dans une approche inspirée des principes du commerce équitable visant à moraliser les pratiques d'échanges marchands (Le Velly, 2006). De leur point de vue, la durabilité implique ainsi d'encourager la désinstitutionnalisation des rapports de distribution. Les échanges marchands,

au sein de la filière, sont en effet marqués par un degré élevé d'opportunisme rendant fragiles les relations commerciales entre les acteurs et la stabilité de leurs échanges dans le temps. Dans cette perspective, le registre du développement durable fournit aux producteurs et aux acteurs de l'amont agricole des ressources cognitives leur permettant de critiquer l'organisation de la distribution au sein de la filière et la manière dont les distributeurs cherchent à profiter de leur relative désorganisation. De leur côté, les distributeurs cherchent à faire valoir leurs efforts pour institutionnaliser des relations plus pérennes avec les acteurs de l'amont qui s'inscriraient dans le cadre de partenariats durables économiquement, socialement et écologiquement.

### **3. Durabilité et systèmes de distribution des fruits et légumes**

Si la conception dominante de la durabilité au sein de la filière des fruits et légumes frais s'exprime majoritairement en termes d'écologisation des modes de production au moins jusqu'à la fin de la première moitié des années 2000, des conceptions alternatives de ce référentiel se font peu à peu jour, portées par les *challengers* du gouvernement de la filière. Les éléments problématisés par ces acteurs renvoient principalement aux institutions encadrant les rapports de distribution, dont ils cherchent à montrer qu'elles ne sont pas durables, en ce qu'elles ne permettent pas d'envisager un développement pérenne des exploitations agricoles, du fait d'une insuffisante rémunération par le marché. La durabilité, ainsi problématisée, renvoie donc au moins autant à la nécessité de faire adopter aux producteurs des manières de produire plus respectueuses de l'environnement qu'à celle d'inscrire les relations de commercialisation dans des temporalités plus longues et dans un esprit partenarial mettant à parité les attentes des clients avec les besoins des producteurs.

#### **3.1. Spéculation et fragilité des relations marchandes : des institutions centrales de la distribution des fruits et légumes frais**

La distribution des fruits et légumes frais est encadrée par des représentations, des normes et des attentes réciproques définissant des *conceptions du contrôle* (Fligstein, 2001a) à propos de ce que les acteurs de la filière peuvent et ne peuvent pas faire en situation d'échange marchand. Ces conceptions du contrôle s'expriment de manière particulièrement forte dans les routines professionnelles des acteurs, leurs représentations du fonctionnement des marchés et des stratégies des autres acteurs. Nous analyserons donc ici la manière dont les acteurs marchands se représentent le fonctionnement du commerce de fruits et légumes et la

stratification sociale et temporelle des marchés, pour dégager les institutions dominantes encadrant les relations de distribution au sein de la filière.

Les marchés des fruits et légumes frais sont marqués par des impératifs concernant les délais entre récolte et mise en marché. Du fait de la grande périssabilité des produits, les acteurs de l'amont et de l'aval doivent être en mesure de jouer de manière souple et flexible le jeu de la distribution, particulièrement en cas d'imprévus climatiques (par exemple, une forte chaleur se traduisant par une montée en production plus rapide ou des volumes plus importants que prévu). En conséquence de quoi, les temporalités « normales » de l'activité des marchands pris dans ces considérations sont courtes et gérées quotidiennement, dans un environnement en permanente évolution :

*« Donc j'ai plus un rôle d'approvisionneur, même si mon titre c'est acheteur. J'ai plus un rôle d'approvisionneur, je propose aux magasins des produits, et les magasins viennent faire du pick-up là-dessus, et me disent "Moi demain, j'ai besoin de ça, ça, ça". Donc après, à moi d'organiser les apros pour faire venir les marchandises, pour que demain matin... On est livré tous les jours chez \*\*\*, on fait pas de stocks, donc ce que je commande aujourd'hui, je vais commencer à le réceptionner à partir de 23 heures ce soir, jusqu'à 7 heures demain matin. Et c'est livré dans la foulée en magasins. Pour la moitié, le lendemain, et pour l'autre moitié, le surlendemain. »*  
(GMS4)

Le renouvellement des produits en magasin, les évolutions au cours d'une campagne de production (en termes de disponibilité des produits, des zones de production, etc.), les aléas climatiques, technico-organisationnels, etc. constituent des contraintes pesant fortement sur l'organisation des relations marchandes au sein de la filière. De ce point de vue, la flexibilité et la réactivité sont des compétences professionnelles discriminantes et fournissent aux marchands, qu'ils soient producteurs ou distributeurs, des ressources interprétatives à partir desquelles ils évaluent la fiabilité de leurs interlocuteurs. Autrement dit, dans ce milieu professionnel, la compétence d'un acteur est souvent évaluée à l'aune de sa capacité à réagir à un imprévu (voire à l'anticiper) et à être flexible dans son mode d'organisation du travail. La capacité des distributeurs à absorber des excédents de production est à ce titre particulièrement appréciée par les producteurs, tout comme la capacité de ces derniers à s'adapter à des commandes relevant du « just-in-time » l'est par les premiers.

Cependant, ces exigences de réactivité et de flexibilité, si elles structurent fortement les relations entre les acteurs marchands de la filière se traduisent également par des stratégies

opportunistes de court-terme, par lesquelles les acteurs cherchent à tirer les meilleurs profits de leurs stratégies de commercialisation ou d'approvisionnement. De ce point de vue, les acteurs de la filière décrivent les logiques d'échange des fruits et légumes comme étant profondément marquées par leur caractère spéculatif :

*« Le marché des fruits et légumes est un marché spéculatif. Les producteurs eux-mêmes ont beaucoup de mal à s'entendre pour définir des prix qui profitent à un marché quand même très libéral aujourd'hui. Enfin, aujourd'hui, et depuis pas mal de temps. Il faut savoir que sur le marché des fruits et légumes, à certains moments, 5 % d'excédents peuvent entraîner une baisse des cours de 50 %. » (OP3)*

L'importance des logiques spéculatives dans le fonctionnement des marchés de fruits et légumes se traduit ainsi par une forte volatilité des prix au cours d'une campagne de production, une surproduction – même mineure – pouvant contribuer à fortement déstabiliser le marché. La formation des prix s'inscrit en effet dans des temporalités qui permettent de mettre au jour les caractéristiques morphologiques des marchés et des relations de pouvoir qui s'y jouent entre producteurs et distributeurs (Chauvin, 2011a). En début et en fin de campagne, les producteurs qui arrivent les premiers en production ont plutôt le contrôle sur les prix, qu'ils parviennent à imposer (dans une certaine mesure) aux distributeurs ; l'offre étant insuffisante pour répondre à la demande, les prix grimpent :

*« Tout commence avec l'asperge ici [sur le MIN de Brienne]. C'est l'asperge des Landes qui arrive la première et qui marque le début de la saison. Et on me dit le matin "Ca y est, les premières asperges des Landes ont fait leur apparition sur le marché ce matin". Alors évidemment, il y a des gens qui se battraient pour en acheter, parce qu'ils savent que quand les bottes d'asperges vont être sur l'étalage, ils savent qu'il y aura des gens qui mettront un pognon fou, un prix très élevé dans cet achat, parce qu'ils ont envie de manger des asperges fraîches. Et après il y aura les premières fraises, les premières cerises... Les premières coûtent toujours trois fois le prix moyen de la saison. Ou quatre fois. » (CT9)*

A l'inverse, en pleine saison, du fait de l'arrivée sur le marché de volumes importants mis en marché par des opérateurs nombreux (quoique chacun arrive avec des quantités de produits extrêmement variables), les prix payés à la production baissent, la multiplicité de l'offre permettant aux distributeurs de mettre en concurrence leurs fournisseurs par les prix. La dimension spéculative des marchés de fruits et légumes est en outre marquée par l'importance du facteur météorologique dans les stratégies d'achat des distributeurs, l'enjeu

étant alors de proposer le « bon » produit au « bon » moment. Autrement dit, la consommation de fruits et légumes étant influencée d'une part par des rythmes saisonnalisés et d'autre part, par les conditions météorologiques, les distributeurs tiennent compte de ces deux éléments dans leurs stratégies d'achat et font des « paris » sur les envies des consommateurs, comme l'explique le directeur du MIN de Brienne :

*« C'est-à-dire qu'on s'aperçoit qu'en grande partie, ce qui va influencer la valeur du produit, mais pas à la marge, c'est le temps. C'est pourquoi lorsque vous prenez le Service des Nouvelles du Marché sur lequel sont publiés les cours journaliers sur tout le pays, marché par marché, la première chose qui s'affiche, c'est le climat qu'il fait dans la région où vous êtes. Ce qui fait qu'on peut avoir à certains moments une chaleur torride sur le MIN de Nice et jouer des castagnettes à Lille. Et selon le climat qu'il fait, votre produit que vous mettez en marché, votre produit va pouvoir avoir une valeur énorme, ou rien valoir du tout, tout simplement parce que les gens, dans les heures qui suivent, vont avoir envie de le consommer ou pas. Et vous avez des produits d'été, des produits d'hiver. Prenons la salade ; c'est un produit d'été, qu'on va accommoder de mille façons, qu'on va consommer sous le soleil avec un temps doux. Si le temps se met au froid, avec des flocons, on va vouloir manger des pot-au-feu, des carottes, des pommes de terre, des soupes, des choses comme ça. Les fruits consommés ne vont pas non plus être les mêmes. Et évidemment, avec la loi de l'offre et de la demande, ce matin-là, selon le temps, on va dire, ça j'en veux pas, ça va rester en marché, et le vendeur du MIN va baisser son prix, et le baisser encore, et le baisser encore... Ou inversement. » (CT9)*

Ces « paris », on le voit, contribuent à influencer fortement les niveaux de prix et à renforcer le caractère spéculatif des marchés de fruits et légumes, dans un contexte en plus marqué par une forte versatilité des opérateurs marchands, qui n'hésitent pas à mettre en concurrence leurs fournisseurs (pour les distributeurs) ou les circuits de commercialisation (pour les producteurs). Cependant, de manière générale, ce sont davantage les acteurs de l'aval, et particulièrement les acteurs les plus fragiles sur ces segments de marché (dont les grossistes traditionnels), qui tirent profit de cette organisation du marché et de l'institutionnalisation des logiques d'échange orientées vers des temporalités resserrées, alors que les distributeurs les plus importants cherchent plutôt à institutionnaliser des logiques d'échange de moyen terme. La révocabilité des relations marchandes représente ainsi une institution puissante encadrant les rapports institués de distribution des fruits et légumes

(Bernard de Raymond, 2013), comme en atteste un chef de rayon affirmant que « c'est du commerce, rien n'est gravé dans le marbre ». De ce point de vue, les grossistes sont souvent présentés comme l'archétype des acteurs mettant en place ces stratégies opportunistes centrées vers la recherche du prix le plus bas, sans préoccupation pour la régularité qualitative :

*« Ensuite, les grossistes, je m'en sers, entre guillemets, ponctuellement quand ils ont des opérations, ils ont parfois des coups sur des produits, pour faire des mises en avant, des animations qu'ils me payent. En retour je joue le jeu et je joue le produit avec eux. Et en dépannage, sur des produits que je n'ai pas eu à la centrale, un produit qui marche mieux que ce qu'il devait marcher et je me dépanne chez eux. Et après, personnellement, je ne suis pas un grand fan des grossistes, parce que la marchandise n'est pas régulière. Ils vont s'approvisionner chez un producteur A, puis le lendemain chez un producteur B parce qu'il est moins cher, et le surlendemain chez un producteur C parce qu'il est encore moins cher. Ce qui fait que la qualité n'est pas linéaire sur une semaine. [...] Donc je me méfie beaucoup des grossistes. Je travaille quand même avec eux, parce qu'ils me proposent... ils ont quand même des produits intéressants parfois, avec des prix intéressants parfois, et ils me proposent des mises en avant, avec des opérations, des animations qui permettent de dynamiser le rayon. » (GMS6)*

Comme le souligne ce chef de rayon, les grossistes apparaissent comme des opérateurs marchands peu fiables du point de vue de la régularité de la qualité des produits qu'ils proposent. Mais en creux, cet acteur souligne aussi le caractère stratégique et opportuniste de ses relations avec eux, par rapport à « du dépannage », c'est-à-dire des opérations ponctuelles lui permettant de s'approvisionner en produits indisponibles via sa centrale d'achat ou de réapprovisionner certains produits. Autrement dit, si certains acteurs comme les grossistes semblent particulièrement sujets à ces stratégies basées sur la mise en concurrence des fournisseurs par les prix, l'ensemble des distributeurs y a également recours, de manière plus ou moins institutionnalisée.

Néanmoins, ce mode d'organisation des relations marchandes au sein de la filière fait aujourd'hui l'objet d'un nombre croissant de critiques de la part des acteurs de l'amont et de l'aval. Ils font en effet valoir la menace que font peser sur eux et la survie de leurs exploitations ces stratégies de mise en concurrence par les prix et la possibilité de défection des clients du fait des opportunités qui s'offrent à eux.

De ce point de vue, les producteurs ayant les exploitations les plus ajustées aux exigences des marchés de gros (spécialisées, avec des surfaces et une main d'œuvre importantes permettant une régularité qualitative des produits et des économies d'échelle) ou à celles des marchés de détail (fortement diversifiées, sur de petites surfaces, permettant d'occuper le marché plus longtemps et de répondre à des demandes multiples des clients) ne sont pas forcément ceux qui critiquent cette organisation des relations marchandes :

*« La rémunération du produit... mais ça, ça ne vient pas de la grande distribution, c'est un problème de protection du marché français. [...] Parce que là, on ne parle même pas des pays tiers. On parle même maintenant carrément des concurrents européens. On perd des parts de marché sans arrêt, on a un coût de production trop élevé, l'énergie est trop chère, la main d'œuvre n'en parlons pas. » (P3)*

En revanche, les exploitations dont les caractéristiques les placent dans une forme d'entre-deux vis-à-vis de ces exigences contradictoires (spécialisation *versus* diversification) se trouvent dans une situation beaucoup plus précaire :

*« Sur une structure comme la mienne, je suis pas assez gros pour faire du volume, et je suis trop gros pour faire du détail. Je dirais que j'ai le cul entre deux chaises, et je dirais que je jongle tous les jours entre est-ce que je fais plus ou est-ce que je fais moins ? Mais les charges sont toujours là. Et pour valoriser mes produits il faut faire moins, pour dire que je suis un agriculteur atypique, on peut valoriser sur le produit. Et si on fait plus, on décolle pas les prix. Et donc je suis entre les deux, et c'est pour ça qu'économiquement, j'ai, on a des difficultés aujourd'hui » (P29)*

Comme le montre cet extrait d'entretien, les difficultés que rencontre aujourd'hui ce producteur tiennent à des caractéristiques technico-économiques qui paraissent de moins en moins adaptées aux exigences de la vente au détail ou en gros. Cet exploitant agricole apparaît particulièrement démuni en matière de réorientation de ses stratégies productives et commerciales (« je jongle tous les jours entre est-ce que je fais plus ou est-ce que je fais moins ? »). On le comprend, pour ces entreprises traditionnelles ayant recours à un équilibre commercial entre vente aux grossistes et aux consommateurs, voire à certains commerçants, l'organisation des relations marchandes au sein de la filière est peu profitable et met en péril leur pérennité. De fait, une partie de ces entreprises traditionnelles se voit sommée de « choisir son camp », entre une poursuite des logiques de concentration/spécialisation et une recherche de diversification productive et commerciale :

*« A la fin, ce qui nous a fait pencher vers le système Amap, c'est que bon déjà, avec la monoculture on s'en sortait plus. Le fait justement d'avoir créé notre entreprise, on avait des charges d'emprunts énormes, on n'y arrivait plus. Parce que quand vous êtes en gros, vous décidez pas du prix. Vous savez ce que ça vous coûte, mais vous savez pas ce que vous allez gagner. » (P5)*

Néanmoins, la sortie d'une logique de volume pour tendre vers des systèmes diversifiés n'est pas non plus la panacée pour tous les agriculteurs, car elle entraîne l'augmentation des charges salariales, la durée du temps de travail et complexifie le travail, même si elle se traduit aussi par une plus grande reconnaissance sociale de leur travail (Dufour et al., 2010 ; Dufour, Lanciano, 2012). Ainsi, certains producteurs qui s'étaient initialement lancés sur des productions très diversifiées en maraîchage certifié en AB, destinées à être vendues via des circuits courts, reviennent aujourd'hui vers des formes de spécialisation dans une logique de rationalisation et d'optimisation des coûts :

*« Moi j'ai un emprunt, deux gamins, ma femme bosse à l'extérieur, et puis voilà, à un moment donné, on fait ce qu'on aime, mais il faut qu'on en vive. Et là, le gros truc, c'est pas encore officiel, mais il est vraisemblable que je développe une partie conventionnelle. C'est que j'ai même été obligé de revenir sur des fondamentaux. [...] En gros, je spécialise l'exploitation dans la production, dans la commercialisation. Oui, je recentre complètement. Ça fait deux ans que j'exploite, bientôt trois ans, et mes deux premiers bilans, clairement, je suis dans le rouge... » (P16)*

Ainsi, du point de vue d'une partie des producteurs – les plus fragilisés économiquement par les institutions encadrant les relations de distribution, la durabilité renvoie moins à des pratiques culturelles plus respectueuses de l'environnement qu'à la possibilité de pérenniser une exploitation à travers une rémunération permettant de couvrir les charges et se verser un salaire.

### **3.2. Le partenariat commercial, une nouvelle institution de la distribution des fruits et légumes ?**

Comme nous l'avons montré plus haut, la filière des fruits et légumes frais a été marquée, depuis le milieu des années 1980, par le renforcement du poids des acteurs de l'aval, grande distribution en tête, dans le gouvernement des normes et des règles, explicites ou implicites, encadrant les rapports de production et de commercialisation. Cherchant à tirer un maximum d'avantages de leur position sur le marché face à l'atomicité de l'offre et des

qualités, ainsi que de l'inégale distribution de la puissance des *agences calculatrices* (Callon, Muniesa, 2003) participant de la formation des prix, ces acteurs ont largement contribué à systématiser et institutionnaliser la mise en concurrence par les prix des producteurs, dans un contexte marqué par la faible différenciation des qualités des produits et des attentes des consommateurs.

Mais, vingt ans plus tard, dans un contexte marqué par l'accélération de la disparition des agriculteurs et l'émergence d'une demande portant sur les produits locaux et / ou de qualité (Winter, 2000 ; Maréchal, 2008 ; Vincq et al., 2010 ; Merle, Piotrowski, 2012), les pouvoirs publics ont cherché à équiper le marché avec de nouvelles régulations, obligeant notamment les commerçants à établir des contrats écrits avec leurs fournisseurs. En effet, la Loi de modernisation agricole de 2010 a créé au sein du Code rural une section consacrée au « contrat de vente de produits agricoles ». Ces contrats, pour la filière des fruits et légumes, sont établis pour une durée de trois ans (contre cinq ans pour la filière laitière). Ils précisent entre autres les volumes et les caractéristiques des produits faisant l'objet de l'échange, les modalités de collecte et de livraison des produits, les modalités de détermination des prix, les modalités de facturation et de paiement, les modalités de révision du contrat et de résiliation (avec un préavis minimal de quatre mois).

Bien que ces contrats, en dépit de leur caractère obligatoire, ne soient pas systématiquement appliqués, ils contribuent à la redéfinition de certaines conceptions du contrôle dominantes institutionnalisées par certains distributeurs. Ceux-ci peuvent ainsi chercher à réduire la part de négociation commerciale dans leur activité pour construire la relation commerciale de manière plus partenariale qu'auparavant en cherchant à l'inscrire dans la durée :

*« Comme je l'ai dit en préambule, on est là pour durer et on veut que la production dure, donc il faut qu'on travaille ensemble. C'est fini l'époque où on disait "Non, ton prix ça va pas, je vais acheter ailleurs". Mais non, ça c'est fini. Alors bon, de temps en temps, il y a un peu de ça, on va pas se voiler la face, il y a toujours de la négociation qui intervient, mais c'est beaucoup plus en construction. » (GMS1)*

Cette évolution est attestée par plusieurs producteurs livrant des centrales d'achat de la grande distribution, réputées plus dures en termes de négociation sur les prix (du fait de la multiplicité des connexions qu'elles entretiennent avec des bassins de production géographiquement éloignés) que les magasins. Alors que le premier critère de sélection d'un fournisseur, il y a vingt ans, était le prix de ses produits, aujourd'hui les acheteurs intègrent

d'autres critères dans les arbitrages qu'ils opèrent au moment de sélectionner leurs fournisseurs, ce qui permet de pondérer, dans une certaine mesure, l'impact du facteur prix (et donc de passer à une logique de concurrence par les prix à une concurrence par la qualité (Eloire, 2010) :

*« Autant il y a 15 ou 20 ans, on bataillait exclusivement sur le prix, ce qui intéressait la grande distribution, c'était le prix. Autant aujourd'hui... Malheureusement il y a toujours cette notion de prix, je peux pas vous dire qu'ils sont prêts à nous faire des cadeaux, mais on est capable de mettre en avant un mode de production, donc garantir un prix minimum. Parce que bien sûr, remettre en état des zones humides, favoriser la biodiversité, mettre en place des méthodes alternatives en lieu et place des produits chimiques, ça a un coût. Ça coûte plus cher. Et ça, la grande distribution est prête à l'entendre. » (P24)*

Si l'on peut effectivement constater une évolution des attitudes des distributeurs vis-à-vis des producteurs dans les relations qu'ils entretiennent, notamment sur la question de la sélection par rapport au prix, les grossistes semblent moins concernés par cette évolution. En effet, ils sont confrontés à une contraction de leurs marchés du fait de la disparition du nombre de petits commerçants indépendants et de la centralisation des systèmes d'approvisionnement des supérettes qui représentaient jusque-là une part importante de leur chiffre d'affaire. De plus, ils sont eux aussi de plus en plus mis en concurrence par leurs clients sur la base des prix, ce qui les incite plutôt à rechercher des produits à bas coût et donc à changer régulièrement de fournisseurs en fonction des opportunités commerciales qui se présentent. Ces stratégies nuisent en particulier aux producteurs dont l'offre est faiblement différenciée qualitativement et soumise à la concurrence des produits étrangers du sud de l'Europe ou des pays tiers comme la tomate, le melon ou la fraise :

*« De toute façon, c'est facile, à chaque fois, vous allez voir un grossiste pour lui vendre un produit quel qu'il soit, il a 4 ou 5 offres en face, bon il a pas besoin de vous. Si vous passez dessous il vous la prend, et sinon non. Alors des fois, il y en a certains avec qui on peut travailler la qualité. Mais on voyait beaucoup que la tendance allait vers la recherche de prix, et du coup ça devenait difficile. » (P12)*

En Aquitaine et en Gironde plus particulièrement, la proximité avec des bassins de production importants, comme le Lot-et-Garonne, l'Espagne ou le Maroc rend singulièrement difficile la possibilité de maîtriser les niveaux de prix pour les producteurs dans les relations commerciales avec les grossistes. La qualification locale des produits, dans ce cadre,

commence à être avancée par les producteurs comme un argument participant de la différenciation des fruits et légumes. Mais cette dimension est encore difficilement valorisable commercialement, du moins en termes de prix :

*« Moi je mets toujours un prix indicatif qui se rapproche ou se rapproche pas, mais c'est vrai que moi dans la négociation je lui dis "ça c'est un produit qui est à moins d'une heure de chez toi, tu pourrais quand même le valoriser un peu plus". Et le discours qu'ils ont derrière c'est "ouais mais bon nous on a de la marchandise qui est à 60 centimes au lieu d'1 euro 20, moitié moins cher, donc est-ce qu'on va là-dessus ? Nous le produit il faut qu'on le vende". Donc voilà, c'est dur d'imposer un prix. » (P29)*

Néanmoins, la population des grossistes, pas plus que ne l'est celle des enseignes de la grande distribution, n'est pas homogène en termes de positionnement sur le marché, certains développant des relations plus suivies avec leurs fournisseurs et étant moins à cheval sur la question des prix. Ces politiques d'approvisionnement sont dictées par un positionnement visant à répondre aux demandes de leurs clients recherchant des produits locaux de qualité. Dans ce cadre, ces grossistes, comme certains commerçants, chefs de rayon fruits et légumes ou acheteurs de la grande distribution cherchent à resserrer les liens avec les producteurs, ce qui leur permet de spécifier certaines qualités, voire même d'obtenir des producteurs qu'ils mettent en production de nouveaux produits ou de nouvelles variétés réclamées par leurs clients (Prally, Chazoule, 2013). C'est ce que nous donne à entendre ce responsable d'une plateforme logistique spécialisée en fruits et légumes de la grande distribution :

*« Par contre on va aller voir ici, un voisin, un partenariat qu'on a créé justement en arrivant ici, parce qu'on travaillait pas ensemble avant, et le partenariat en est là. C'est-à-dire que demain, il va mettre en production des variétés qui sont différentes de la variété Agata, parce nous on veut celle-là et pas Agata. Donc on va pas lui dire "Non, on vous achète pas de pommes de terre", on lui dit plutôt "On va travailler ensemble, plantez ça parce que nous on veut ça". » (GMS1)*

Ainsi, la raréfaction de l'offre dans un contexte marqué par les évolutions d'une partie de la demande vers des produits locaux et / ou différenciant du point de vue de leur goût ou de leurs modes de production se traduit dans une certaine mesure par un certain rééquilibrage des rapports de force entre producteurs et professionnels du commerce, au profit des premiers. Ce rééquilibrage permet entre autres aux producteurs ou aux OP de pouvoir imposer certaines conditions à leurs clients. Par exemple, à l'occasion de la restitution des résultats d'une enquête sur les attentes alimentaires des bordelais commandée par Bordeaux Métropole, le

directeur d'une coopérative maraîchère bordelaise explique aux autres participants qu'il est parvenu à négocier avec un de ses clients cherchant à approvisionner ses rayons avec des produits locaux une exonération du franco de port<sup>48</sup>, ce qui lui permet d'abaisser les coûts logistiques du transport pour la structure. De manière générale, la plupart des magasins et des commerçants cherchant à attirer (et surtout à garder) des producteurs en vue de développer des gammes de produits locaux sont tenus à certaines concessions en termes de négociation des prix ou de service :

*« S'il<sup>49</sup> me dit que le prix c'est tel prix, je pense qu'il a calculé pour pouvoir gagner correctement sa vie, payer tout le monde et tout ça. Je peux ponctuellement lui dire qu'on a une promo et que j'aimerais la faire avec lui. Mais s'il me dit non, il me dit non, hein. Je l'oblige pas en lui disant "Je te prendrai plus rien, terminé, je travaillerai plus avec toi". C'est pas le cas, je préfère travailler en bonne intelligence. Donc moi personnellement, je m'avance pas sur mes autres collègues, je fais pas pression sur les prix, et j'applique les prix qu'il me dit. » (GMS6)*

Ces deux extraits montrent bien l'existence de marges de manœuvre pour les producteurs vis-à-vis de leur clientèle en termes de négociation commerciale. Le changement des attitudes de cette dernière vis-à-vis du traitement des fournisseurs locaux montre bien l'institutionnalisation de nouvelles règles au caractère encore faiblement stabilisé encadrant les relations marchandes. L'enjeu, pour les producteurs mais surtout pour les distributeurs, réside dans la nécessité d'institutionnaliser des relations commerciales pérennes et durables, tant du point de vue de leur inscription dans la durée que de leur rentabilité pour chacune des parties prenantes. Cependant, ces relations ne s'appliquent pas à l'ensemble des relations commerciales entre producteurs et distributeurs, comme nous le verrons plus loin, et concernent surtout les acteurs attachés par une relation de proximité géographique.

\*

\*      \*

Pour conclure ce chapitre, nous avons d'abord cherché à montrer comment le référentiel durable avait été institutionnalisé depuis le début des années 1990 au niveau des politiques agricoles européennes et nationales, pour répondre aux critiques portées à l'encontre de l'impact environnemental des activités agricoles et promouvoir des modes de production plus

---

<sup>48</sup> Le franco de port correspond aux frais de port ou d'expédition à la charge de l'expéditeur dans une limite préétablie légalement et juridiquement, en fonction de certains critères comme le poids, la distance, etc.

<sup>49</sup> Il s'agit en l'occurrence d'un producteur girondin fournissant le magasin en pommes, pêches et nectarines.

respectueux de l'environnement. Pour le cas des fruits et légumes frais, la réforme de l'OCM fruits et légumes de 1996 a institutionnalisé ce référentiel durable dans le gouvernement de la filière et a permis d'encourager la reconnaissance de modes de production moins intensifs du point de vue des traitements sanitaires comme la lutte intégrée ou l'agriculture raisonnée.

Néanmoins, sur ce point, les normes publiques se sont révélées faiblement contraignantes (puisqu'volontaires), alors que la valorisation marchande des fruits et légumes produits selon ces modes de production moins intensifs est restée complexe, notamment dans le cas de l'agriculture raisonnée. Cette ambiguïté entretenue par les pouvoirs publics français et européens quant à la valorisation marchande des produits agricoles respectueux de l'environnement et de la santé des consommateurs a laissé la place aux *titulaires* du gouvernement de la filière, et en particulier aux acteurs de la grande distribution, pour imposer aux acteurs de l'amont (producteurs et OP) leurs propres standards d'évaluation de la qualité environnementale des fruits et légumes. Ces standards et référentiel privés visaient toutefois moins une évolution radicale des modes de production des producteurs que la généralisation de pratiques d'enregistrement et de traçabilité leur permettant, en cas de problème le long de la chaîne alimentaire, de reporter la responsabilité sur leurs fournisseurs.

Autrement dit, traduit de la sorte par les acteurs dominant le gouvernement de la filière, le référentiel durable n'a fait que renforcer les asymétries de pouvoir entre distributeurs et producteurs. Cependant, contestant ces déséquilibres (produits au nom du développement durable), des voix se sont élevées à l'intérieur de la filière pour réorienter le travail institutionnel entrepris au nom de la durabilité sur la stabilisation d'institutions encadrant les relations de commercialisation. De ce point de vue, la durabilité concerne moins l'écologisation des modes de production que la stabilisation de relations de commercialisation dans un cadre pérenne faisant des prix un élément secondaire de la négociation. Ce faisant, l'espace adéquat pour mettre en œuvre ces relations pérennes renvoie à un périmètre (re)localisé, permettant de lier producteurs et distributeurs autour de relations d'échange des fruits et légumes plus partenariales.

### **CHAPITRE 3 : MARCHES ET CONSTRUCTION DE L'EXPERIENCE MARCHANDE DES PRODUCTEURS DE FRUITS ET LEGUMES**

Si nous avons jusqu'ici privilégié une analyse à l'échelle de la filière et des groupes d'acteurs qui la composent et des rapports de force qu'ils entretiennent, il est important, à ce point de la démonstration, d'accorder une attention plus soutenue aux entreprises produisant des fruits et des légumes, et à la manière dont elles stabilisent leurs marchés et construisent des représentations par rapport à eux. En effet, nous avons pu esquisser, dans le chapitre précédent, que tous les producteurs de fruits et légumes, en fonction des caractéristiques technico-économiques de leurs exploitations et / ou de leurs trajectoires, ne destinaient pas leurs produits aux mêmes marchés et ne mettaient pas en œuvre les mêmes stratégies de consolidation de leurs positions dessus. Ce sont ces points, analysés à partir d'une sociologie économique des marchés (White, 1981 ; Granovetter, 1985 ; Podolny, 1993 ; Fligstein, 1996 ; François, 2008) et des entreprises et des entrepreneurs (Granovetter, 2003 ; Zalio, 2009 ; Mallard, 2011), que nous aimerions approfondir dans ce chapitre.

Dans une perspective sociologique, un entrepreneur peut être considéré comme un acteur qui parvient à tirer un profit économique de l'existence d'une pluralité d'espaces et de scènes d'évaluation marchande (Zalio, 2009 ; Chauvin et al., 2014). En effet, tous ces travaux ont montré, à des degrés et selon des perspectives théoriques diverses, que les entreprises étaient encadrées dans des univers relationnels, politiques, cognitifs qui pesaient à la fois sur leurs niveaux de performance économique, mais aussi sur la construction de leurs rapports au marché (Bernard de Raymond, Chauvin, 2014). C'est à la mise au jour des dynamiques de production de ces représentations, c'est-à-dire de l'expérience marchande des producteurs de fruits et légumes en Aquitaine que nous nous attacherons dans ce chapitre, en liant cette question à celle de la définition de leurs stratégies entrepreneuriales et à la nature des informations dont ils disposent sur « leurs » marchés et leurs évolutions.

Cette interrogation marque en effet un intérêt tout à fait crucial pour appréhender les logiques du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais. En effet, partant du principe que les acteurs cherchent à peser sur la stabilisation ou la déstabilisation d'institutions encadrant la réalisation de leurs activités économiques en vue de tirer leur épingle du jeu qui les oppose à leurs concurrents (Fligstein, 2001a), aller étudier la fabrique de leur expérience du marché nous paraît être une étape incontournable dans l'analyse du gouvernement de la filière par rapport à la régulation des institutions encadrant les rapports de commercialisation.

Dans cette perspective, nous chercherons à montrer d'une part que d'un point de vue structurel, les entreprises produisant des fruits et des légumes peuvent être classées en trois groupes – les *entrepreneurs-paysans*, les *exploitants traditionnels fragilisés* et les *managers* – renvoyant chacun à des logiques entrepreneuriales spécifiques. Autrement dit, ces trois groupes d'entreprises paraissent encastés dans des configurations marchandes spécifiques les unes par rapport aux autres. Mais constater ces différences en matière d'encastement des entreprises dans des univers différenciés ne saurait suffire à rendre compte de la pluralité de leurs rapports au marché, ou du moins à *leurs* marchés.

Il est en effet nécessaire de rendre compte des caractéristiques sociologiques des entrepreneurs, mais aussi et surtout de leur trajectoire (sociale et professionnelle) pour saisir la pluralité des dynamiques de construction de leur expérience marchande. Nous montrerons ainsi, en nous appuyant sur les travaux de Mallard consacrés aux très petits entrepreneurs (Mallard, 2007 ; 2011) que cette expérience oscille entre une représentation du marché comme un territoire, au sein duquel les entrepreneurs cherchent à se positionner avant de définir leurs stratégies, ou comme un environnement dans lequel ils sont immergés et qu'ils doivent explorer au fur-et-à-mesure des opportunités qui se présentent à eux.

Dans ce chapitre nous chercherons donc dans un premier temps à décrire les entreprises produisant des légumes du point de vue de leurs caractéristiques générales (spécialisation, taille, emploi, circuits de commercialisation, etc.). Puis, armé des outils de la sociologie économique des entrepreneurs, nous décrirons les agriculteurs produisant des fruits et légumes à partir de leurs caractéristiques sociologiques, de leurs trajectoires et des logiques entrepreneuriales qu'ils mettent en œuvre. Cette description nous permettra alors d'analyser la manière dont ces entreprises et ces entrepreneurs construisent leurs marchés, se positionnent vis-à-vis de la concurrence et de la clientèle, et surtout comment ces rapports à leur environnement dépendent des espaces géographiques dans lesquels se déploient leur activité marchande. Autrement dit, nous chercherons à dépasser une approche statique des entrepreneurs par leurs caractéristiques sociologiques et démographiques pour analyser l'impact de leurs trajectoires sociales et professionnelles sur la construction de leurs rapports au(x) marché(s) et leur expérience marchande.

Ce chapitre peut paraître comme une sorte de parenthèse dans l'architecture générale de notre démonstration. En effet, nous avons choisi de nous attarder sur une catégorie d'acteurs spécifique, les producteurs qui, s'ils occupent une place centrale au sein de la filière, sont généralement dominés dans le gouvernement de celle-ci. Cet éclairage devrait nous permettre

de montrer que les producteurs de fruits et légumes ne forment pas un groupe d'entrepreneurs homogènes, malgré la proximité de leurs profils sociodémographiques, dans la définition de leurs stratégies productives et commerciales, et vis-à-vis du gouvernement de la filière. En effet, dans un ordre institutionnel marqué par une polarisation des conflits entre *challengers* et *titulaires* du gouvernement de celle-ci autour de la commercialisation des produits, éclairer la manière dont les entrepreneurs construisent leurs marchés et leurs stratégies nous permettra de mieux comprendre la manière dont ils se positionnent par rapport à la définition et à la résolution des problèmes au sein de la filière.

## **1. La production de fruits et légumes frais en Aquitaine : des entreprises aux caractéristiques hétérogènes**

Afin de présenter les caractéristiques des entreprises produisant des fruits et des légumes en Aquitaine, nous commencerons par étudier rapidement les spécificités territoriales de cette filière, tous les départements aquitains n'étant pas concernés de la même manière, ni orientés sur les mêmes productions. Puis, en nous appuyant sur des données réalisées par la DRAAF Aquitaine à partir des données du recensement agricole de 2010, nous chercherons à faire apparaître le degré de spécialisation des entreprises produisant des fruits et des légumes. Nous montrerons ainsi que ces productions sont souvent associées à d'autres et que les entreprises ne produisant que des fruits ou que des légumes sont finalement minoritaires. Enfin, nous étudierons plus en détail, en mobilisant les données de la DRAAF, l'enquête par questionnaire et nos entretiens, les caractéristiques des entreprises produisant des fruits et des légumes par rapport à leur taille, leur rapport à l'emploi, et leurs modes de gestion. Nous montrerons alors que trois groupes d'entreprises peuvent être distingués sur la base de leurs orientations techniques et surtout commerciales : les entreprises spécialisées commercialisant via des circuits longs, les diversifiées en circuits courts et un groupe d'entreprises aux profils productifs et commerciaux plus hétérogènes.

### **1.1. La filière des fruits et légumes frais en Aquitaine, des spécificités territoriales marquées**

La région Aquitaine est, historiquement, une région tournée vers l'expédition de fruits et légumes à destination des bassins de consommation français, européens, voire internationaux. Elle était, en 2010, la première région française en termes de surfaces agricoles consacrées aux fruits et légumes (près de 63 000 hectares), loin devant la Provence-Alpes-Côte d'Azur (près de 49 000) et la Bretagne (près de 48 000), avec une prédominance des surfaces

consacrées aux cultures légumières<sup>50</sup>. Elle produisait, en 2009, 796 800 tonnes de légumes (deuxième rang derrière la Bretagne) et 418 150 tonnes de fruits (troisième rang derrière les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône-Alpes)<sup>51</sup>. La diversité de ses productions fruitières comme légumières est un de ses principaux atouts commerciaux. En effet, à l'inverse de certaines régions spécialisées sur une gamme restreinte de produits<sup>52</sup>, l'Aquitaine est caractérisée par un fort dynamisme sur certaines productions pour lesquelles elle occupe une place importante, si ce n'est de premier plan, en termes de volumes. Ainsi en 2009, 70 % de la production nationale de noisettes, 54 % de celle de kiwis, 39 % de celle de fraises, 33 % de celle de carottes ou encore 25 % de celle d'asperges était produite en Aquitaine<sup>53</sup>. La filière des fruits et légumes frais, en Aquitaine, représente ainsi une filière dynamique et importante, occupant en 2009 le troisième rang en valeur de la production régionale derrière les industries viticole et céréalière (11 % de la valeur de la production agricole régionale).

Toutefois, l'Aquitaine, du point de vue de ses productions, n'apparaît pas comme un territoire homogène, du fait de son histoire comme de sa topographie. Les Landes et la Gironde, bénéficiant de vastes plaines et d'une tradition de grande culture, ont réorienté au début des années 1990 une partie de leurs systèmes de production consacrés à la maïsiculture vers les cultures légumières de plein-champ (asperges, carottes, poireaux, pommes de terre primeurs), tout en ayant conservé certaines cultures arboricoles traditionnelles comme la pêche en Gironde ou introduit de nouvelles, comme le kiwi dans les Landes à la fin des années 1980. La Dordogne, de son côté, s'est principalement spécialisée sur quelques cultures, principalement en arboriculture fruitière (châtaigne, noix, pomme, pruneau), à l'exception de la fraise, production motrice dans le département. Le Lot-et-Garonne, quant à lui, fait office de département très diversifié, tant du point de vue de ses productions légumières (tomates, melons, courgettes, concombres, etc.) que fruitières (châtaigne, fraise, noix, pomme, pruneau, etc.). Les Pyrénées-Atlantiques font eux figure de parent pauvre de la production de fruits et légumes, si l'on omet la production de kiwis, ce qui tient à la fois à la tradition d'élevage et de grande culture de ce département et à sa topographie, une partie du département se situant en zone montagneuse, peu propice à la culture fruitière ou légumière.

A ces spécificités productives locales correspondent des formes d'organisation économique particulières. L'Aquitaine est une région fortement marquée par le fait coopératif,

---

<sup>50</sup> Source : France AgriMer, « Les filières des fruits et légumes. Données 2011 »

<sup>51</sup> Source : Assemblée des Régions Européennes Fruitières, Légumières et Horticoles (AREFLH)

<sup>52</sup> On peut ici penser à la Bretagne, spécialisée en tomates, choux-fleurs et artichauts, pour lesquels elle fournit des volumes très importants, mais peine à fournir des volumes importants pour d'autres produits.

<sup>53</sup> Source : AREFLH

comme en attestent à la fois le nombre de coopératives ou de groupements sur son territoire (43 en 2011) et la part des volumes de fruits et légumes mis en marché collectivement (70 %), sans que cette dimension coopérative ait la même intensité dans les cinq départements. De ce point de vue, le Lot-et-Garonne fait office de département leader, totalisant à lui seul 24 coopératives de fruits et légumes, ce qui le place au premier rang français. Viennent ensuite, par ordre décroissant, la Dordogne (7), les Landes (5), la Gironde (4) et enfin les Pyrénées-Atlantiques (3)<sup>54</sup>.

## **1.2. La production de fruits et légumes, une affaire de spécialistes ?**

Malgré l'importance de la production de fruits et légumes en Aquitaine, les maraîchers et les horticulteurs à titre principal occupent une place minoritaire dans le paysage agricole en termes de nombre d'exploitations. Ceci dit, la production de fruits et / ou de légumes demeure une activité non négligeable dans la région, étant mobilisée à titre secondaire par de nombreuses exploitations classées dans d'autres OTEX<sup>55</sup>, et en particulier par les éleveurs, qui représentent 35 % des exploitations produisant des légumes, et 45 % des exploitations produisant des fruits. La production de légumes, en Aquitaine, est ainsi majoritairement pratiquée par des exploitations classées en élevage, en grandes cultures (34 %) et en maraîchage (25 %). Si l'atelier de production légumes sur les exploitations classées en élevage représente une production annexe, il n'en va pas de même pour la catégorie de celles classées en grandes cultures, la classification en fonction de l'orientation technico-économique (OTEX) comportant certaines spécificités<sup>56</sup>. La production de fruits, quant à elle, est quasiment exclusivement réalisée par des exploitations spécialisées en arboriculture (43 %) et des exploitations pratiquant l'élevage à titre principal (45 %), les exploitations classées dans les autres catégories représentant seulement 12 % des exploitations produisant des fruits en Aquitaine (Annexe 5, Tableau 1, p. 397).

Autrement dit, la production de fruits comme de légumes n'est, en Aquitaine du moins, pas exclusivement le fait de spécialistes. En particulier, la part élevée d'exploitations classées

---

<sup>54</sup> Source : France AgriMer, « Les filières des fruits et légumes. Données 2011 »

<sup>55</sup> Le classement en OTEX ne correspond qu'à la production principale de l'exploitation. Autrement dit, une exploitation est spécialisée dans une orientation si la PBS de la ou des productions concernées dépasse deux tiers du total.

<sup>56</sup> Avant 2010, les exploitations dont la production brute standard (PBS) de légumes de plein-champ ou de légumes sarclés (betteraves, pommes de terre, maïs doux...) était supérieure à deux tiers de la PBS totale étaient classées en cultures générales. Après 2010, les OTEX ont été simplifiées. Désormais, les exploitations spécialisées en production de plantes sarclées, celles combinant céréales, plantes oléagineuses et protéagineuses et culture de plantes sarclées et celles spécialisées en culture de légumes frais de plein champ sont toutes classées en grandes cultures. Autrement dit, une grande part des exploitations classées en grandes cultures peuvent être des spécialistes de la production légumière de plein-champ.

en élevage parmi celles produisant des fruits (près d'une sur deux) atteste de leur statut de productions complémentaires. En outre, la production de fruits ou de légumes semble être une activité relativement exclusive par rapport à l'autre, les exploitations produisant des fruits et des légumes étant statistiquement rares, puisque seulement 4 % des exploitations produisant des légumes sont classées dans l'OTEX fruits, et 3 % de celles produisant des fruits étant classées dans l'OTEX maraîchage et horticulture.

Si la production de fruits et légumes n'apparaît donc pas principalement comme une activité de spécialistes, eu égard au nombre d'exploitations produisant des uns ou des autres classées dans d'autres OTEX, ces chiffres ne disent par contre rien des volumes produits par les exploitations spécialisées en fruits ou en légumes et de la part qu'ils représentent dans la production totale en Aquitaine. On pourrait s'attendre à ce que les exploitations appartenant aux OTEX « horticulture et maraîchage » ou « fruits » soient par contre celles qui ont les volumes moyens les plus élevés, en fruits comme en légumes. Or sur la base de l'enquête auprès de 104 producteurs de fruits et légumes, nous pouvons montrer que cette intuition d'une corrélation positive entre spécialisation et volumes produits est fautive, les exploitations ayant d'autres activités de production agricoles étant aussi celles dont les volumes de production de fruits comme de légumes sont en moyenne les plus élevés (Annexe 5, Tableau 2, p. 397). Par ailleurs, ces activités de diversification, y compris dans les exploitations produisant principalement des fruits et légumes, sont fortement répandues, puisque parmi les entreprises de notre échantillon, 60 % d'entre elles (63) y ont recours. Les plus prisées sont les cultures céréalières et oléagineuses, loin devant l'élevage (Annexe 5, Tableau 3, p. 398). Seules 19 ne produisaient que des fruits, et 8 que des légumes. Seulement 16 combinaient exclusivement des ateliers de production de fruits et de légumes, la modalité la plus fréquemment citée étant celle associant un atelier de production de fruit à une autre activité agricole (Annexe 5, Tableau 4, p. 398). Ainsi, au sein de la filière, rares sont les exploitations ne produisant que des fruits ou que des légumes. Ces premières conclusions ne disent cependant pas grand-chose des caractéristiques sociologiques et économiques de ces entreprises et des entrepreneurs.

### **1.3. Des entreprises aux caractéristiques distinctes : structures, emploi, modes de gestion et circuits de commercialisation**

La production de fruits et légumes, en Aquitaine, est réalisée par des entreprises aux caractéristiques diverses, du point de vue de leur structure technico-économique, de leur

rapport à l'emploi et au travail salarié, aux modes d'organisation du travail et aux circuits de commercialisation qu'elles mobilisent pour vendre leurs produits.

Les exploitations produisant des fruits peuvent être réparties en trois classes homogènes en fonction de leur taille économique, avec une légère surreprésentation des moyennes et des grandes exploitations<sup>57</sup>. En revanche, en ce qui concerne les légumes, les écarts sont plus importants, les petites exploitations ne représentant qu'une exploitation sur quatre (Annexe 5, Tableau 5, p. 399), ce qui tient principalement à l'importance des exploitations classées en grandes cultures parmi celles produisant des légumes. En termes de surfaces, les exploitations produisant des fruits ont en moyenne une taille supérieure à celles produisant des légumes, 70 % d'entre elles ayant une SAU totale supérieure à 20 hectares (et un peu moins d'une sur deux a une surface supérieure à 50 hectares), contre à peine plus de 40 % pour les secondes (Annexe 5, Tableau 6, p. 399). Ceci peut s'expliquer à la fois par des aspects intrinsèques à ces deux types de cultures, les vergers nécessitant des surfaces plus importantes que les cultures maraîchères ou légumières, et par des aspects liés à la fréquente combinaison des systèmes arboricoles avec d'autres activités agricoles comme la culture céréalière, sur des surfaces souvent importantes.

La taille des entreprises agricoles est corrélée à des orientations spécifiques en matière de commercialisation des produits, et tout particulièrement en termes de recours à des circuits courts, caractérisés par l'absence ou la présence d'un seul intermédiaire entre producteurs et consommateurs. Toutefois, cet effet de taille est pondéré par le type de produits commercialisés par les entreprises, celles produisant des légumes ayant plutôt plus recours à des ventes en circuits courts que celles produisant des fruits. En effet, alors que les petites et moyennes exploitations produisant des légumes sont respectivement 61 et 46 % à vendre ces produits via des circuits courts, les grandes exploitations n'utilisent ces circuits que dans 23 % des cas. Pour les exploitations produisant des fruits, la relation entre dimension économique et valorisation des produits via des circuits courts est plus compliquée à saisir. En effet, ce sont les petites exploitations qui ont le moins recours aux circuits courts (12 %), alors que les moyennes et grandes exploitations les mobilisent plus fréquemment (Annexe 5, Tableau 7, p. 399). Bien que compliquée à expliquer, cette différence entre entreprises produisant des fruits et des légumes témoigne toutefois d'un rapport au marché différent, les systèmes de

---

<sup>57</sup> La dimension économique est obtenue en additionnant les marges brutes standards des différentes productions d'une exploitation. Elle est ensuite exprimée en unités de dimension économique (UDE). 1 UDE équivaut à 1200 euros ou à 1,5 hectare équivalent blé. La dimension économique d'une exploitation est considérée comme petite si elle n'excède pas 25 000 euros et comme grande si elle dépasse 100 000 euros.

distribution des fruits étant bien plus souvent organisés, en Aquitaine au moins, autour des OP que les systèmes de distribution des légumes. Ceci peut également s'expliquer par le degré de spécialisation des exploitations produisant des fruits et les volumes qu'elles ont à mettre sur le marché, qui complique le recours à des circuits courts (Enjolras, Aubert, 2013).

Par ailleurs, on constate également une mobilisation différenciée des circuits courts en fonction du type de production principal. De ce point de vue, les producteurs de fruits ont plus fréquemment fréquent recours à la vente indirecte à des magasins ou des commerçants que leurs collègues produisant des légumes. Les producteurs de légumes ayant recours à des circuits courts mobilisent essentiellement des circuits de vente directe, et tout particulièrement des modes de vente traditionnels, la vente à la ferme et sur les marchés étant cités comme premier mode de commercialisation par 78 % d'entre eux (Annexe 5, Tableau 8, p. 400).

Néanmoins, la relation entre taille économique des entreprises et commercialisation via des circuits courts est avérée dans notre échantillon, le chiffre d'affaire moyen de celles y ayant recours étant plus de 2,5 fois inférieur à celles n'y ayant pas recours (Annexe 5, Tableau 9, p. 400). Qui plus est, les circuits courts contribuent plus fortement à la réalisation du chiffre d'affaire des petites et (encore plus) des moyennes exploitations qu'à celui des grandes, puisque pour 75 % de ces dernières, ces modes de commercialisation représentent moins de 25 % de leur chiffre d'affaire (Annexe 5, Tableau 10, p. 401). D'un point de vue économique, on voit ainsi se distinguer plusieurs groupes d'entreprises de production de fruits et légumes. Les plus grandes sont celles qui ont le moins recours aux circuits courts pour commercialiser leurs produits, cet effet de taille étant renforcé par l'orientation productive des entreprises, celles produisant des fruits y ayant aussi moins recours en moyenne.

A ces différences en matière de stratégies commerciales s'ajoutent des rapports à l'emploi et au travail eux aussi différenciés. D'une part, les entreprises les plus importantes en termes de chiffre d'affaire sont aussi celles qui emploient le plus de travailleurs, qu'il s'agisse de permanents ou de saisonniers. De plus, dans les plus grandes entreprises, la part de l'emploi saisonnier ou à durée déterminée dans l'emploi total est plus importante que dans les petites et moyennes exploitations. En fonction du principal mode de commercialisation, ces différences en termes de recours à une main d'œuvre salariée sont tout aussi importantes, puisque les exploitations pour lesquelles la vente via un ou plusieurs circuits courts représente la majorité de leur chiffre d'affaire emploient en moyenne plus de deux fois moins de salariés que celles commercialisant principalement via des circuits d'expédition (Annexe 5, Tableau 11, p. 401). Par ailleurs, les plus petites exploitations, ainsi que celles ayant principalement

recours à des circuits courts pour commercialiser leurs produits sont aussi celles qui ont le plus souvent recours à de la main d'œuvre familiale (Annexe 5, Tableau 12, p. 401).

Ce rapport différencié des entreprises agricoles au salariat, au recours à la main d'œuvre familiale en fonction de leur chiffre d'affaire et de leur mode de commercialisation principal révèle des modes de gestion différenciés. En effet les petites et moyennes exploitations qui vendent surtout via des circuits courts peuvent être assimilées à de petites entreprises familiales, dont la charge salariale est réduite notamment grâce au recours à une main d'œuvre familiale, parfois non salariée. Cette main d'œuvre constitue souvent la principale force de travail de ces petites exploitations, si ce n'est la seule, du fait de la souplesse qu'elle implique en termes de gestion, de management, voire de versement des salaires. Les parents, la conjointe ou (plus rarement) le conjoint, voire les enfants, peuvent ainsi constituer un appui non-négligeable dans ces entreprises, particulièrement au moment du démarrage de l'activité. Ils interviennent de manière régulière ou plus ponctuelle, sur des postes aussi bien liés à la production qu'à la commercialisation. A l'inverse, les exploitations de taille plus importante ont moins fréquemment recours à de la main d'œuvre familiale, même s'il n'est pas rare que plusieurs générations ou les deux conjoints travaillent ensemble sur la même exploitation. Néanmoins, les travailleurs sont majoritairement des salariés n'entretenant pas de liens de parenté avec les chefs d'exploitation et pour beaucoup, des saisonniers étrangers. En termes d'organisation, le travail y apparaît beaucoup plus spécialisé que dans les plus petites exploitations, permettant une forme de rationalisation du travail et de son management :

*« On a vingt salariés permanents. Il y en a 8 en interne, sur la station et dans les bureaux, plus une comptable à mi-temps, plus du personnel en extérieur. [...] Le personnel de la station, c'est essentiellement de l'emballage. Ils mettent en plateaux, ils empochent. Ils font la gestion des palox qui arrivent, ils gèrent les frigos et l'expédition. La personne qui est au téléphone s'occupe de prendre les commandes jusqu'à dix heures du matin, et après elle fait les préparations de commande avec des palettes préparées préalablement. Et là, elle prépare les palettes pour différents magasins. Le chef d'équipe s'occupe des travaux du sol, de la taille, des engrais, de l'éclaircissage, de la gestion du personnel, du ramassage. » (P6)*

De ce fait, le chef d'exploitation assume des fonctions classiques de chef d'entreprise, et s'occupe principalement des fonctions de management au sens large : recrutement, gestion administrative, gestion des clients (démarchage, négociations, litiges), définition de la

stratégie globale de l'entreprise. Ils sont en général plus détachés de la gestion technique de leurs systèmes de production comme en témoigne ce producteur en fin d'activité :

*« Donc avant je produisais, et je vous disais que je faisais mon rôle de producteur. Alors qu'aujourd'hui, j'ai plusieurs casquettes. Et c'est pour ça que je suis obligé de relire mon activité parce que dans mon métier je peux pas me payer quelqu'un. C'est moi qui fais tout quoi. Avant quand j'employais du monde, physiquement, je travaillais pas. Je pouvais pas, j'avais la gestion, j'avais un chef de culture, c'était un autre travail quoi. Là, c'est vraiment un métier que je découvre en fait. Cet après-midi j'étais sur le tracteur en train de labourer, mais je labourais jamais. » (P2)*

Cet examen des caractéristiques des exploitations produisant des fruits ou des légumes nous a permis de distinguer, à grands traits, deux catégories idéal-typiques d'entreprises caractérisées par des modes de gestion et un rapport au salariat différenciés. D'un côté, les plus petites exploitations emploient moins de main d'œuvre et ont un recours à la main d'œuvre familiale plus important que les plus grosses exploitations. L'organisation du travail y est moins rationalisée que dans les secondes, et le découpage entre activité professionnelle et vie privée y est moins clair. Toutefois, plutôt qu'en faire des catégories empiriques homogènes et consistantes, nous invitons pour le moment le lecteur à les considérer comme les deux pôles d'un continuum de situations, n'épuisant pas la diversité des caractéristiques structurelles et managériales des exploitations produisant des fruits et légumes.

Le premier groupe renvoie donc à de petites et moyennes entreprises, dont le chiffre d'affaire est inférieur à cent mille euros, qui ont tendance à privilégier des modes de commercialisation en circuits courts (avec toutefois une différence importante entre les exploitations produisant des fruits et celles produisant des légumes, les premières utilisant moins ces modes de commercialisation). Elles emploient relativement peu de personnes, parmi lesquels une part importante de main d'œuvre familiale, voire de stagiaires. Bien souvent, les deux membres du couple travaillent ensemble sur l'exploitation, que ce soit de manière régulière, en tant que co-exploitants, ou de manière ponctuelle, en tant que main d'œuvre bénévole. Leurs modes de gestion se rapprochent de ceux des Très Petites Entreprises (TPE), les entrepreneurs assumant un ensemble varié et complexe de fonctions allant de la production à la commercialisation, en passant par la gestion administrative, le recrutement, la gestion des approvisionnements, etc.

A l'autre extrémité, nous avons pu faire apparaître des exploitations plus importantes, que ce soit en termes de chiffre d'affaire, de surface, de volumes ou de personnel. Ces

entreprises ont principalement recours à des circuits d'expédition pour la commercialisation, ce qui n'empêche pas qu'elles vendent en circuits courts des quantités variables de leurs produits (tout comme les entreprises du premier pôle peuvent avoir recours, de manière plus ou moins ponctuelle, à des circuits d'expédition en cas de surproduction). Ces exploitations sont plutôt spécialisées sur quelques produits et mettent en marché des tonnages importants, du fait de surfaces en moyenne plus élevées. Leurs caractéristiques structurelles leur imposent ainsi un recours au salariat important, les classant pour la plupart dans la catégorie des Petites et Moyennes Entreprises (PME). A la différence des exploitations du premier groupe, la part de main d'œuvre familiale y est relativement faible, même si elle reste relativement répandue. Le travail y est spécialisé et rationalisé, les salariés étant embauchés sur des profils de poste aux attributions restreintes, permettant l'optimisation du travail de chacun, chef d'entreprise compris. Celui-ci assume principalement des fonctions de management et fixe la stratégie globale de l'entreprise, en laissant le soin à ses salariés de gérer techniquement les systèmes de production. Les stratégies de ce groupe sont projetées dans un temps relativement long, comme en témoigne le pourcentage élevé d'entreprises ayant eu recours au crédit ces trois dernières années. L'entreprise est considérée comme un actif économique, qu'il s'agit de pérenniser et/ou de développer, pour continuer à survivre dans un environnement, comme nous le verrons, perçu comme fortement concurrentiel. Néanmoins, entre ces deux pôles, une grande variété de profils d'entreprises coexiste.

En Aquitaine, la production de fruits et légumes destinés aux marchés du frais est ainsi réalisée par des entreprises aux caractéristiques structurelles variées. Les plus grandes ont majoritairement recours à des circuits d'expédition pour commercialiser leurs produits, tandis que les plus petites ont plutôt tendance à mobiliser des circuits courts. Le choix d'un système de commercialisation, s'il dépend très largement des caractéristiques de l'appareil de production de chaque entreprise (spécialisation productive et surface), est aussi le produit d'une stratégie entrepreneuriale relevant de la décision du chef d'exploitation, de son profil sociologique et de ses motivations.

## **2. Les entrepreneurs en fruits et légumes : profils, trajectoires et motivations**

Après avoir mis en lumière la diversité des entreprises produisant des fruits et légumes d'un point de vue structurel, nous allons maintenant nous attarder sur les chefs d'exploitation agricoles, en mobilisant les apports de la sociologie économique des entrepreneurs, trop rarement appliquée à cette catégorie socioprofessionnelle particulière, à de rares exceptions

près (Aubrée et al., 2010 ; Rémy, 2011 ; Lanciano et al., 2012). Pourtant, en tant qu'acteurs qui acceptent une rémunération non contractuelle en contrepartie des risques pris et de l'incertitude inhérente à leurs décisions, les exploitants agricoles semblent entrer dans la catégorie des entrepreneurs telle que définie par Zalio (2004). La rareté de l'analyse des logiques entrepreneuriales spécifiques à l'agriculture démontre ainsi un implicite : ceux-ci ne seraient en définitive pas de *véritables* entrepreneurs, justiciables d'une analyse sociologique à partir des cadres fournis par les travaux se réclamant de cette branche qui les envisagent comme des acteurs circulant entre diverses scènes sociales et qui exploitent des opportunités économiques (la combinaison de nouveaux facteurs de production, des différences de perception et d'évaluation, etc.) pour en tirer un profit économique (Zalio, 2009 ; Chauvin et al., 2014). Les agriculteurs ont ainsi souvent été perçus comme des acteurs guidés par des logiques routinières et dont les stratégies étaient plus déterminées par la tradition que l'expérience.

Il est d'ailleurs notable que les premières recherches consacrées à l'analyse des logiques entrepreneuriales en agriculture aient d'abord été consacrées à des acteurs en marge des référentiels dominants : néo-ruraux, pluriactifs (Muller et al., 1989 ; Muller, 2009). A l'inverse, d'autres recherches, menées en France sur des terrains étrangers et notamment en Amérique du Sud (Guibert et al., 2011 ; Albaladejo et al., 2013), tendent à assimiler de manière erronée agriculture de firme et entrepreneuriat agricole, et donc à rabattre le second sur la première. S'écartant de cette impasse, d'autres travaux ont au contraire cherché à montrer la coexistence de plusieurs systèmes d'agriculture – et donc, de plusieurs logiques entrepreneuriales (Nguyen, Purseigle, 2012).

Nous pensons que ce double réductionnisme conduit à passer sous silence l'analyse et la compréhension de la diversité des logiques entrepreneuriales mises en œuvre par les agriculteurs-entrepreneurs en termes de gestion des ressources humaines, de contacts avec l'amont (achat de machines, de semences, etc.) et l'aval (vente des produits, publicité, etc.), d'investissement dans des logiques de coopération / concurrence... bref, de construction de leurs stratégies d'entreprise. Nous commencerons par étudier les caractéristiques sociologiques de ce groupe professionnel. Puis nous examinerons leurs motivations et la manière dont elles impactent leurs identités professionnelles. Nous terminerons par une analyse de la diversité des logiques entrepreneuriales des producteurs de fruits et légumes.

## 2.1. Des entrepreneurs aux profils sociologiques relativement homogènes

Le monde agricole est aujourd'hui confronté à des évolutions sociologiques fortes qui, si elles questionnent aujourd'hui fortement le devenir de ce groupe professionnel, n'en sont pas récentes pour autant. Le premier élément relevé par les travaux analysant l'évolution de ce groupe professionnel est son vieillissement : on dénombrait ainsi en 2006 moins de 60 000 agriculteurs de moins de 35 ans, contre 120 000 en 1994 (Lefebvre, 2010). Il est également marqué par un processus de décloisonnement social important, qui touche cependant les exploitations de manière inégale, se traduisant à la fois par un renouvellement des profils sociaux des agriculteurs, une part croissante des nouveaux installés n'étant pas constituée d'enfants d'agriculteurs (alors que ce groupe a longtemps été marqué par une reproduction sociale forte) et par une complexification de leur trajectoire sociale (stages hors de l'exploitation, expériences professionnelles hors monde agricole, etc.). On note enfin une ouverture des ménages agricoles à d'autres groupes sociaux et à leurs modes de vie (Dubuisson-Quellier, Giraud, 2010). Le fait est que, dans un contexte dans lequel l'agriculture en général et certaines industries en particulier, dont celle des fruits et légumes, sont questionnées quant à leur place et à leur rôle dans la société, le renouvellement des profils sociologiques des agriculteurs interpelle les chercheurs de manière croissante. En effet, ces évolutions contribuent à faire évoluer les lignes de partage et les rapports de force au sein de la filière. De ce point de vue, montrer la diversité des profils sociologiques des producteurs de la filière des fruits et légumes frais est une première étape dans la mise en avant des oppositions, voire des conflits potentiels, qui peuvent exister entre eux dans la manière de définir les *conceptions du contrôle* au sein de la filière.

De manière générale, la moyenne d'âge des producteurs de fruits et légumes en Aquitaine est élevée. D'après les données issues du recensement de 2010 publiées par le service statistique de la DRAAF Aquitaine, celui-ci était de 50,9 ans pour l'ensemble des producteurs. En moyenne, les producteurs de fruits en activité sont âgés de deux ans de plus que les producteurs de légumes (51,8 ans contre 49,6 ans)<sup>58</sup>. Cette différence se retrouve également dans l'âge de prise de direction de l'entreprise : 32,7 ans pour les producteurs de fruits, 30,5 ans pour les producteurs de légumes, pour un âge moyen de 31,8 ans pour l'ensemble des producteurs aquitains. En Aquitaine, les producteurs commercialisant principalement leurs fruits ou leurs légumes via des circuits courts sont en moyenne un peu

---

<sup>58</sup> L'âge moyen des producteurs de notre échantillon est de 50,7 ans, celui des producteurs de fruits de 51,5 ans et celui des producteurs de légumes de 50,7 ans.

plus âgés que ceux qui les commercialisent via des circuits d'expédition : 50,8 ans en moyenne contre 50,6 ans pour les seconds.

Ces entrepreneurs ont également des niveaux de formation relativement homogènes et sont en général peu ou pas diplômés (Annexe 5, Tableau 13, p. 402), ce qui s'explique en grande partie par un effet d'âge. Environ 60 % d'entre eux ont un diplôme général équivalent à un Brevet d'Etudes Professionnelles (BEP) ou un Certificat d'Aptitude Professionnelle (CAP). Environ 1 sur 5 n'a pas de diplôme. Un peu moins du quart d'entre eux a un diplôme équivalent ou supérieur au bac. Bien qu'elles restent peu significatives, les différences de niveau de diplôme en fonction de l'existence d'un atelier de commercialisation en circuits courts sont un peu plus importantes, les producteurs ayant recours à au moins un de ces modes de commercialisation étant en moyenne plus diplômés que ceux n'y ayant pas recours, 26,7 % ayant un diplôme équivalent ou supérieur au bac, contre 22,4 % pour les autres (Annexe 5, Tableau 14, p. 402). Là encore, ces chiffres montrent une homogénéité forte de ce groupe professionnel par rapport au niveau de formation.

La plupart de ces producteurs ont suivi une formation agricole, principalement des filières courtes, comme en témoigne le taux élevé de BEP et CAP parmi eux (35 %). Là aussi, les différences en fonction des orientations productives sont minimales, même si la part des producteurs de fruits n'ayant pas obtenu de diplôme agricole est sensiblement plus élevée que celle des producteurs de légumes (Annexe 5, Tableau 15, p. 402). Concernant la présence d'un atelier de commercialisation en circuits courts, les différences sont aussi faiblement significatives. On peut simplement noter un niveau de formation agricole légèrement supérieur pour les producteurs vendant via des circuits courts par rapport à ceux qui ne les utilisent pas (Annexe 5, Tableau 16, p. 403).

Ainsi, du point de vue de leur âge comme de leur niveau de diplôme général ou agricole, les producteurs aquitains de fruits et légumes présentent des profils relativement homogènes, le niveau de formation ne variant que faiblement en fonction de la spécialisation productive comme de la présence d'un atelier de commercialisation en circuit court. En revanche, la filiation au monde agricole, mesurée par l'existence d'un lien de parenté ascendant direct, apparaît comme un facteur déterminant l'orientation des systèmes de commercialisation des entreprises agricoles. Si un peu plus de 80 % des producteurs de notre échantillon sont issus de familles dans lesquelles au moins un de leurs parents travaillait sur une exploitation agricole en tant que salarié ou chef d'exploitation, les agriculteurs commercialisant principalement leurs fruits ou leurs légumes via des circuits courts sont

surreprésentés parmi les personnes n’entretenant pas de liens de filiation directe avec le monde agricole. Qui plus est, plus la part du chiffre d’affaire réalisée grâce à des circuits courts est importante, plus la part de chefs d’exploitation « hors cadres familiaux » augmente (Tableau 17).

**Tableau 17 : Filiation au monde agricole et commercialisation des fruits et légumes**

Principal mode de commercialisation	Filiation au monde agricole		TOTAL
	Aucun parent AE	Parent AE	
Circuits courts	33,30%	66,70%	100% (33)
Coopérative	14,30%	85,70%	100% (42)
Circuits longs	6,90%	93,10%	100% (29)
La dépendance est significative. $\chi^2 = 7,97$ , ddl = 2, 1-p = 98,14%. V de Cramer : 7,67%			
Part des circuits courts dans le chiffre d'affaire			
Moins de 25 %	10,30%	89,70%	100% (58)
De 25 à 75 %	15,80%	84,20%	100% (19)
Plus de 75 %	37,00%	63,00%	100% (27)
TOTAL	18,30%	81,70%	100% (104)
La dépendance est significative. $\chi^2 = 8,89$ , ddl = 2, 1-p = 98,82%. V de Cramer : 8,54%			

Source : Enquête projet Région « VFL »

Du point de vue de leurs profils sociologiques, les entrepreneurs produisant des fruits et des légumes apparaissent comme un groupe relativement homogène, aucune des principales variables étudiées (âge, niveau de diplôme, formation agricole) ne semblant avoir d’effet discriminant sur l’orientation des systèmes de commercialisation. En revanche, le fait d’avoir ou non des parents eux-mêmes agriculteurs semble avoir un effet plus important sur le choix d’une orientation commerciale spécifique. De ce point de vue, le recours à des circuits d’expédition (vente à la coopérative ou via des circuits longs) renvoie à des agriculteurs dont les parents l’étaient eux-mêmes. A l’inverse, le fait de ne pas avoir de liens familiaux avec ce milieu incite plutôt les entrepreneurs à se tourner vers des circuits courts. Ceci peut s’expliquer par la pression foncière à laquelle sont soumis les agriculteurs cherchant un terrain pour s’installer, particulièrement à proximité des zones urbaines, qui force les entrepreneurs à privilégier des installations sur de petites surfaces plus propices à la commercialisation en circuits courts. De plus, une partie de ces entrepreneurs « hors cadres familiaux » sont dans des dynamiques de rejet vis-à-vis de systèmes de commercialisation qu’ils assimilent à une

forme d'industrialisation et recherchent dans la proximité et les contacts avec les clients de nouvelles formes de « réalisation de soi ».

## **2.2. Des entrepreneurs aux trajectoires sociales distinctes, animés par des motivations variées**

Si les profils sociologiques des producteurs de la filière sont plutôt homogènes, il en va tout autrement de leurs motivations vis-à-vis de l'installation et du développement de leur activité. Une part importante de la littérature consacrée au développement des circuits courts de commercialisation des produits agricoles s'est ainsi penchée sur la question de l'impact de leur trajectoire sociale sur leurs motivations à développer ces systèmes de vente (Kirwan, 2004 ; Dufour et al., 2010 ; Dufour, Lanciano, 2012a ; Dufour, Lanciano, 2012b ; Lanciano et al., 2012), en mobilisant les cadres analytiques forgés par les promoteurs d'une sociologie économique des entrepreneurs.

Une catégorie de producteurs a été particulièrement étudiée par ces travaux, celle des maraîchers commercialisant principalement leurs légumes via des circuits courts et des systèmes de vente directe, parmi lesquels les installés « hors cadre familial » représentent une part conséquente des effectifs. De fait, ces agriculteurs ont pu être associés à une figure idéaltypique des entrepreneurs mobilisant ces modes de commercialisation (Lanciano et al., 2012), au détriment de la grande hétérogénéité des trajectoires de cette catégorie et de la part toujours prépondérante des parcours d'installation classiques. Ces nouveaux entrants dans la profession sont souvent dans une démarche de reconversion professionnelle, l'installation sur une exploitation agricole étant souvent pensée en termes de projet de vie, et pouvant faire suite à un événement marquant :

*« Le métier que je faisais avant m'intéressait moins avec le temps. J'avais perdu un peu le goût. Et puis surtout je faisais des 3-8, je voyais pas forcément d'évolutions à l'intérieur de l'entreprise, il y avait des évolutions possibles, mais ça ne m'intéressait pas plus que ça, j'avais vraiment envie de voir quelque chose de différent. J'étais attiré par les métiers en lien direct avec la nature. » (P9)*

Ces démarches de « retour à la terre », de travail en lien avec une nature plus ou moins fantasmée, peuvent également concerner certains enfants d'agriculteurs n'ayant pas suivi de formation agricole et qui, au bout de leur parcours d'études, éprouvent l'envie de démarrer une activité agricole, souvent en maraîchage diversifié. C'est par exemple le cas de cet ancien étudiant bordelais appartenant à une famille de viticulteurs qui a pu s'installer sur un terrain

familial pour démarrer une activité de maraîchage orientée vers la vente de paniers de légumes de saison :

*« Et au bout d'un moment, j'ai eu le besoin de faire ce retour à la campagne, je crois qu'on peut appeler ça comme ça, et je me suis lancé... En fait, j'avais vu... L'idée de base est partie d'un reportage de Yann Arthus-Bertrand, je retrouve plus le nom, sur la bouffe industrielle. C'est clair que moi ça m'avait fait un peu réagir et il parlait justement des AMAP et je m'étais dit que ce serait pas mal que j'essaie de faire ça et du coup je m'étais lancé là-dedans. Tout simplement parce qu'on avait des prés inutilisés en plus, donc ça aide pas mal, parce que c'est vrai que pour l'installation, les jeunes maraîchers qui veulent s'installer doivent faire un crédit et coulent dans les 2 ou 3 premières années parce que c'est hors de prix le terrain, surtout ici. » (P17)*

Ces producteurs s'installent généralement sur de petites surfaces<sup>59</sup>, sur des ateliers de production diversifiés, faiblement mécanisés et souvent dans l'intention de ne vendre leurs légumes qu'en vente directe, quoique le choix plus précis d'un mode de commercialisation spécifique (en Amap, sur les marchés, etc.) se construise petit à petit, à mesure qu'ils découvrent les contraintes et possibilités propres à chaque système. Cette préférence affichée pour les systèmes de vente directe renvoie à la fois à des considérations économiques, mais aussi et surtout à la recherche d'une valorisation de leur travail par un contact direct avec les clients, voire à des projets de nature plus politique, comme la défense d'une agriculture paysanne de proximité et la valorisation de relations de solidarité entre producteurs et entre producteurs et consommateurs :

*« On a repris la propriété et on a remis en culture pour démarrer un projet de maraîchage qui dès le début était orienté vers le circuit court, avec une volonté de faire que du circuit court, en fait, et Amap et vente à la ferme. [...] Ce qui nous importait, c'était aussi le contact direct avec les gens, ce contact humain qui rend le métier un peu*

---

<sup>59</sup> Ce phénomène d'installation sur de petites voire très petites surfaces remet en cause les logiques d'installation classiques. En effet, pour prétendre à une affiliation à la Mutualité Sociale Agricole (MSA) au titre de chef d'exploitation – et donc prétendre au statut de « vrai » agriculteur – les candidats à l'installation doivent rentrer dans les critères définis par l'Activité Minimale d'Assujettissement (AMA). Cette AMA repose sur trois critères : la Surface Minimale d'Assujettissement (SMA), le temps de travail consacré à l'activité agricole et les revenus professionnels générés par l'activité agricole des cotisants solidaires non retraités. La SMA est fixée au niveau départemental, sur décision préfectorale en concertation avec l'antenne départementale de la MSA. En Gironde, pour une activité de maraîchage plein-champ, la SMA doit être supérieure à 1,5 hectare. Or de plus en plus d'agriculteurs s'installent aujourd'hui sur des surfaces inférieures à cette limite (coût du foncier, recherche d'une activité à « taille humaine », peu de personnel, etc.), ce qui pose problème en termes d'affiliation à la MSA et donc de reconnaissance de leur statut de chef d'exploitation.

*plus... qui donne une autre reconnaissance, et qui nous donne aussi un rôle social à jouer. » (P1)*

De fait, ces *challengers* parmi les producteurs de fruits et légumes se présentent plus volontiers comme des *paysans* que comme des *entrepreneurs*. Pourtant, ils présentent des motivations propres à la catégorie des *entrepreneurs sociaux* puisqu'ils placent au cœur de leur projet entrepreneurial des aspects sociaux, éthiques et politiques et cherchent à mettre en œuvre des formats d'échanges marchands alternatifs (Le Velly, 2011) reposant sur l'équité entre échangistes et sur la transparence en termes de formation des prix, de construction de la qualité et d'information des consommateurs (Vincq et al., 2010).

Cependant, tous les producteurs de fruits et légumes commercialisant une partie ou la totalité de leurs produits via des circuits courts ne se rattachent pas à ce type de motivations sociétales. Le choix de développer des systèmes de vente directe renvoie surtout, pour la plupart, à une stratégie de développement économique de l'entreprise et procède d'arbitrages stratégiques mêlés d'opportunisme (Dubuisson-Quellier, Le Velly, 2008), l'absence d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs permettant une meilleure valorisation économique des produits et donc une augmentation des revenus. C'est ce qu'explique ce maraîcher en fin de carrière qui a, depuis quelques années, augmenté la part de son chiffre d'affaire réalisée en vente directe grâce à une boutique à la ferme :

*« Mais c'est le but de la manœuvre d'ailleurs. C'est de pouvoir remonter nos moyennes de cours. Je vais vous donner un exemple, vous allez comprendre. Je vends la salade à C\*\*\* 0,50 pièces. Eux ils la revendent 0,99. Moi ici, comme je le fais en ce moment, je vais la vendre 0,75. Donc au lieu de la vendre 0,50 je la vends à 0,75. Donc je suis moins cher pour les clients, mais moi j'augmente de 25 centimes. » (P2)*

Le calcul réalisé par ce producteur s'inscrit bien dans une logique entrepreneuriale dans la mesure où il tire profit des écarts d'évaluation entre plusieurs circuits de distribution (la vente directe et la grande distribution) et réoriente sa stratégie commerciale sur la base de cet écart qu'il exploite. Dans ce cas, la diversification des stratégies commerciales de l'entreprise vers des circuits courts permet de faire face à des problèmes de rentabilité économique, en contournant les circuits intermédiés dans lesquels les rapports de force sont plutôt favorables aux acteurs de l'aval, sans que les producteurs ne puissent peser dessus :

*« Nous, il y a 28 ans de ça, mon mari portait tout en coopérative. Donc le prix était toujours en-dessous, en-dessous. Donc voilà pourquoi on s'est mis à faire de la vente*

*petit à petit. Donc c'était que l'été, juillet-août. On a commencé à planter un hectare de pêches, on avait commencé avec ça. Puis un peu de melon, plein de légumes, aubergines, poivrons, tout ça... Et donc, tout ça on le portait en coopérative au départ, mais comme ça marchait pas, que les prix étaient en-dessous, on s'est mis à faire cette vente et bien sûr au début, on faisait les deux. Parce qu'au départ cette vente ne nous permettait pas de vivre. Et petit à petit, les clients sont arrivés. Alors il y a le détail, et il y a le demi-gros. » (P27)*

Ces agriculteurs, qui combinent circuits courts et circuits longs dans des proportions variant d'une exploitation à l'autre, revendiquent plutôt un statut de chefs d'entreprise que d'agriculteurs ou de paysans. Ils ont notamment l'impression que le qualificatif « agricole » apposé après « entreprise » dévalue leur statut et marque une différence entre eux et les autres entrepreneurs :

*« C'est pas un agriculteur, c'est un chef d'entreprise. Un véritable chef d'entreprise ! Il faut savoir tout faire de A à Z. Tout ! La production, la gestion, la commercialisation, et tout ce qu'il y a. Parce que maintenant c'est... Moi j'ai un petit a priori et je me bats un petit peu, parce que je ne comprends pas comment on sépare une exploitation agricole... On va dire une exploitation agricole, mais on va jamais dire une entreprise. Il y a toujours le mot agricole qui est presque là pour nous rabaisser. Alors que maintenant on est de véritables chefs d'entreprise. » (P28)*

La maîtrise de l'ensemble des étapes de la stratégie entrepreneuriale (production, commercialisation, gestion, management, etc.) est construite et mise en avant par ces producteurs comme la principale raison leur permettant de revendiquer un statut de chef d'entreprise. En particulier, le fait d'employer des salariés, dans des proportions encore une fois différentes d'une entreprise à l'autre, semble redoubler la volonté de ces entrepreneurs d'être rattachés à un autre statut que celui d'exploitant agricole, qu'ils estiment daté et peu adapté à la réalité professionnelle qui est la leur. A la différence des entrepreneurs du premier groupe, revendiquant plutôt des identités paysannes, pour partie en rupture avec les valeurs du monde du travail dominantes, ceux-ci, s'ils reconnaissent aux métiers agricoles des spécificités tant en termes de charge que de rythmes de travail, n'en aspirent pas moins à un alignement de leurs conditions de travail et de leurs revenus sur ceux-ci :

*« J'ai 44 ans, j'ai pas envie de travailler la nuit, déjà que je fais assez d'heures. Et aujourd'hui, moi c'est très simple. Si j'y arrive pas avec l'agriculture et ma production, je vends tout ou je loue tout et je m'en vais faire autre chose parce que je sais faire*

*autre chose. Et dans le service que je fais autre part, je ferais que du service, rentabilité commerciale et autre, j'aurais pas de problèmes. Donc je fais vraiment de l'agriculture parce que je m'attache encore à ça. Mais aujourd'hui, l'aspect financier, je sais comment faire pour être comme tout le monde, être tranquille et avoir son salaire à la fin du mois. » (P29)*

Mais la taille de ces entreprises, majoritairement de petites PME, complique l'identification au groupe professionnel des chefs d'entreprise. En effet, ces entrepreneurs doivent assurer une pluralité de fonctions au sein de l'entreprise, de la production à la vente, en passant par la gestion administrative, des ressources humaines, etc. Cette pluralité de tâches à assurer, couplée à des rythmes de travail saisonniers, des revenus fluctuant en fonction des conditions météorologiques et de l'état du marché, rend plus difficile leur identification à un groupe professionnel précis : alors qu'ils aspirent à être reconnus comme chefs d'entreprise à part entière, leurs conditions de travail les renvoient en fait plutôt à un statut d'agriculteur, voire de paysan.

Un troisième groupe d'entrepreneurs peut être distingué de ces deux premiers. Il s'agit de ceux dont les exploitations sont les plus spécialisées et les plus importantes en termes de surfaces, de volumes ou d'employés. Leur production est destinée à être mise en marché dans sa totalité via des circuits d'expédition<sup>60</sup>. Ces producteurs sont souvent des « héritiers » de familles d'agriculteurs et considèrent l'entreprise familiale comme un actif économique à faire fructifier pour le transmettre. Généralement, ces entreprises ont crû grâce à un rachat de terres à des voisins partant à la retraite. Il n'est d'ailleurs pas rare que ces grandes exploitations familiales soient subdivisées entre membres de la famille et regroupées en une autre structure juridique, comme par exemple un Groupement d'Exploitation Agricole en Commun (GAEC). C'est le cas des deux producteurs suivants, le premier étant spécialisé dans la production de pommes, le second dans celle de carottes :

*« Alors, l'exploitation, c'est familial. On travaille avec quatre exploitations agricoles : mon père est installé sur sa propriété familiale, ma mère sur sa propriété, moi-même sur un achat de propriété à la suite d'un départ en retraite, et mon frère s'est installé il y a un an sur une partie de l'exploitation de mon père en fermage. » (P15)*

---

<sup>60</sup> En tout cas, les conventions de qualité encadrant les processus de travail sur le produit (récolte, calibrage, conditionnement) sont propres au monde marchand de l'expédition (Praly, Chazoule, 2013), même s'il n'est pas rare que ces produits circulent dans des espaces de proximité géographique, et / ou soient mis en marché via des circuits courts n'impliquant pas plus d'un intermédiaire (généralement, une grande surface) entre le producteur et le consommateur

*« Alors il y a plusieurs structures juridiques puisque c'est une exploitation familiale qui est détenue par mes oncles et mon père et donc il doit y avoir quatre structures juridiques, la totalité faisant 1300 hectares. » (P19)*

Dans ces entreprises, dont la taille en fait plutôt de moyennes ou grandes PME, le chef d'entreprise assure principalement des fonctions de coordination entre équipes de travail, gère les recrutements et définit la stratégie globale de l'entreprise en termes de production ou de commercialisation. Ces producteurs, à la différence des deux groupes précédents, ne travaillent pas ou plus dans les champs, sur des métiers d'entretien, de ramassage ou de cueillette. De ce fait, pour eux, l'identification au groupe professionnel des chefs d'entreprise apparaît beaucoup moins problématique que pour les producteurs du groupe précédent.

Bien que les considérations sociétales passent au second plan de leur activité, définie principalement en termes économiques, il n'est pas rare non plus que certains aient développé et institutionnalisé des stratégies et des procédures relevant du développement durable dans le cadre de la gestion interne de l'entreprise et des stratégies de production. Si ces stratégies ont un caractère souvent imposé par les clients, il n'en demeure pas moins que certaines vont plus loin que les démarches de traçabilité imposées par les enseignes de la grande distribution, tout en restant assujetties à un impératif de développement économique :

*« La démarche de développement durable... la démarche qualité à proprement parler est une obligation. Pour exporter en Angleterre, il faut être BRC. [...] Pour ce qui est du développement durable, on a été dans les premiers à se lancer là-dedans. On y a cru parce que produire plus propre, respecter l'environnement, respecter l'homme, respecter le processus économique, ce sont des choses qui nous parlent de plus en plus et on y a cru, et on s'y est lancé avec nos partenaires. On y croit toujours, bien que ces trois volets du développement durable qui sont le social, l'environnement et l'économique... On pense souvent aux deux premiers ici en France, mais on pense rarement au troisième, ces trois volets, on est persuadé que ce sont encore des volets importants, mais on a l'impression qu'ils sont un peu bafoués dans d'autres démarches de développement durable. » (P19)*

Dans ce cas, les motivations sociétales qui guident certaines stratégies de l'entreprise sont moins souvent au fondement du projet d'entrepreneuriat, mais servent à assoir une visibilité au sein du marché (bien que ces démarches commencent seulement à être reconnues par les acteurs de l'aval) et à se différencier de la concurrence. Bref, à la différence des entrepreneurs du premier groupe, dont le projet apparaît très souvent fondé sur des valeurs

sociétales valorisant une éthique de production, une humanisation des rapports marchands, l'ajout d'une dimension sociétale au projet d'entreprise est ici utilisé comme un nouveau critère de différenciation de l'entreprise face à ses concurrents.

En conclusion de cette partie sur les entrepreneurs, du point de vue de leurs motivations et de la manière de définir leurs identités professionnelles, trois groupes peuvent être distingués. Le premier renvoie plutôt à des *entrepreneurs-paysans*<sup>61</sup>, dont les motivations sociétales, politiques, militantes, prennent souvent (dans un premier temps au moins) le pas sur des considérations plus pragmatiques, d'ordre économique. Il n'est d'ailleurs pas rare que ces entrepreneurs, ne parvenant pas à assurer la rentabilité de leur entreprise, soient obligés de revenir sur certains de leurs principes d'organisation et de gestion initiaux.

Le second groupe rassemble des *entrepreneurs traditionnels fragilisés* dont les entreprises sont en moyenne plus importantes, mais dans lesquelles le travail est moins rationalisé et spécialisé. Ces entrepreneurs ont plusieurs casquettes : chefs de production, gestionnaires, vendeurs, etc. et, s'ils aspirent à être reconnus comme des chefs d'entreprise à part entière, ont le sentiment d'être toujours perçus comme des agriculteurs, cette assignation étant vécue comme un stigmate. Leurs motivations sont avant tout d'ordre économique, même s'ils valorisent et apprécient le contact humain avec les consommateurs permis par le recours aux circuits courts.

Enfin, le dernier groupe, celui des *managers*, est composé de producteurs dont les entreprises sont structurellement plus importantes et plus spécialisées, tant en termes de production que de commerce. Le travail y est plus fortement divisé et spécialisé, permettant au chef d'entreprise de se concentrer sur les fonctions de management et de gestion stratégique de l'entreprise. Si leurs motivations sont principalement économiques, ils intègrent dans leurs stratégies de développement des valeurs sociétales liées au développement durable, qui leur servent de ressource de différenciation dans la compétition économique qui les oppose à leurs concurrents.

Si les entrepreneurs produisant des fruits et légumes, en Aquitaine, ont des caractéristiques sociologiques homogènes, trois groupes distincts apparaissent en termes de

---

<sup>61</sup> Bien que ce groupe ressemble à celui des *entrepreneurs ruraux* décrit par Muller et al. (1989) et Muller (2009), nous ne souhaitons pas recourir à cette catégorie ici. En effet, les entrepreneurs ruraux tels que décrits par ces chercheurs renvoient fondamentalement à des agriculteurs non-professionnels, souvent pluriactifs, pour qui l'agriculture ne représente qu'un moment ou une activité parmi d'autres au cours de leur activité professionnelle. Or le groupe des entrepreneurs-paysans regroupe, lui, des agriculteurs professionnels, qui partagent toutefois de nombreux traits communs avec eux, tant en termes de caractéristiques sociologiques que de trajectoire sociale.

trajectoires sociales, d'auto-identification professionnelle et de motivations. Nous nous intéresserons dans la section suivante à la manière dont ces entrepreneurs se connectent et construisent « leurs marchés », ceux-ci étant entendus au sens de Mallard comme « une réalité intermédiaire qui se trouve quelque part entre le territoire [que les entreprises] pourraient cartographier si elles en avaient le temps et les moyens, et l'environnement que l'histoire leur a donné l'occasion d'explorer » (Mallard, 2011, p. 52).

### **3. La construction sociale des logiques entrepreneuriales des producteurs de fruits et légumes**

Dans cette section, nous traiterons la question des logiques entrepreneuriales des producteurs de fruits et légumes en deux temps. Premièrement, nous nous intéresserons à la manière dont les entrepreneurs définissent leurs stratégies commerciales en lien avec les possibilités qui leur sont offertes par les caractéristiques de leurs exploitations et les marchés. Nous chercherons donc à décrire la manière dont ils combinent et articulent commercialisation via des circuits courts et des circuits d'expédition et tendent à se connecter à des marchés différents, leur imposant un travail spécifique en vue de s'y maintenir. Nous mobiliserons pour cela le travail de Praly et Chazoule (2013) qui distingue trois groupes d'arboriculteurs en fonction de la façon dont ils combinent ces différents modes de commercialisation. Dans notre cas, leur distinction entre les producteurs pour lesquels les circuits d'expédition sont dominants, ceux pour lesquels ce sont les circuits de proximité qui le sont et ceux qui ont maintenu un équilibre commercial entre circuits d'expédition et de proximité est tout à fait pertinente. En effet, les trois catégories qu'elles proposent s'ajustent assez bien à nos trois groupes. Les *entrepreneurs-paysans* commercialisent en effet majoritairement en circuits courts de proximité, les *entrepreneurs traditionnels fragilisés* combinent de manière souvent équilibrée proximité et expédition et les *managers* ont principalement recours à des circuits d'expédition.

Dans un second temps, nous chercherons à analyser la manière dont ces stratégies sont liées à des manières de se représenter son environnement économique et professionnel et de s'y positionner. En d'autres termes, nous chercherons à étudier le caractère dialectique des relations entre systèmes de commercialisation et représentations du marché, celui-ci pouvant être appréhendé par les entrepreneurs, en fonction des ressources cognitives et des dispositifs qui équipent celles-ci, soit comme un environnement à explorer, soit comme un territoire à cartographier (Mallard, 2011). Nous chercherons ainsi à montrer que les *entrepreneurs-paysans* ont ainsi plutôt tendance à se représenter leurs marchés à partir de connaissances

produites par eux de manière empirique dans le cours de l'action et via leurs réseaux d'interconnaissance. A l'inverse, les *managers*, disposant de ressources leur permettant d'objectiver leurs pratiques et leur position sur le marché, sont plus enclins à se représenter leurs marchés à partir d'un point de vue décentré et surplombant, comme un territoire. Les *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, quant à eux, se placent entre ces deux groupes et renvoient au groupe le moins homogène du point de vue de la construction de leur expérience marchande.

### **3.1. Articulation des systèmes de commercialisation et positionnement sur le marché**

Une des spécificités de la filière des fruits et légumes frais est que les acteurs s'y trouvent « confronté[s] de manière beaucoup plus immédiate au marché » (Bernard de Raymond, 2013, p. 17) que dans d'autres, comme la filière laitière ou porcine. Cette proximité peut être expliquée à la fois par le caractère hautement périssable des produits imposant une réactivité constante de la part des échangistes et par la difficulté à homogénéiser et standardiser les produits. Néanmoins, certains produits, parmi les moins périssables et / ou les plus standardisés, sont très largement mis sur le marché par des OP<sup>62</sup>, incitant à considérer que la proximité entretenue par les producteurs avec « le marché » est en fait variable d'une entreprise à l'autre.

Parmi les 104 entreprises constituant notre échantillon, seules 26 (25 %) n'entretiennent aucun lien direct avec le marché, l'apport à une OP constituant leur seul circuit de distribution. Même si, au regard de notre population, ce nombre apparaît peu élevé, parmi les exploitations dont l'apport aux OP constitue la principale source de revenus, il fait office de norme<sup>63</sup>. Les autres catégories, en revanche, entretiennent des liens plus ou moins étroits et denses avec le marché (Annexe 5, Tableau 18, p. 403). Les *entrepreneurs traditionnels fragilisés* citent en moyenne plus de modes de commercialisation (3,74 contre 3,15 et 1,78 pour les *entrepreneurs-paysans* et les *managers*)<sup>64</sup>. Pour autant, le fait que certains producteurs n'entretiennent aucun contact direct avec leurs marchés, dans le cadre d'activités liées à la commercialisation des produits, ne signifie pas qu'ils n'aient pas de représentations

---

<sup>62</sup> Cf. Tableau 1, Chapitre 1

<sup>63</sup> Ceci peut s'expliquer par la règle dite « d'apport total » imposant aux producteurs de livrer la totalité de la production pour laquelle ils ont contractualisé avec l'OP à celle-ci. Cette règle a toutefois été assouplie, autorisant des dérogations à hauteur de 20 % des volumes produits de manière à ce que les producteurs la vendent en direct via un circuit court. Par ailleurs, pour les productions qui ne sont pas contractualisées avec l'OP, rien ne leur interdit de les commercialiser eux-mêmes.

<sup>64</sup> Ce qui ne dit rien, pour chaque circuit, du nombre de clients auquel ils sont connectés

sur celui-ci et ne soient pas capables de définir leurs stratégies productives par rapport aux évolutions qu'ils en perçoivent.

La prolifération des liens avec des espaces de commercialisation différenciés ne doit pas non plus amener à considérer qu'il existe une distribution aléatoire du choix de ces circuits par les producteurs, tant en termes de fréquence d'utilisation et de contribution au chiffre d'affaire. En effet, de ce point de vue, plusieurs groupes de circuits de commercialisation peuvent être distingués (Annexe 5, Tableau 19, p. 404).

Le premier est constitué de circuits très fréquemment utilisés par les producteurs et qui contribuent fortement à la réalisation du chiffre d'affaire. On y retrouve la vente aux coopératives, sur l'exploitation, aux grossistes et sur les marchés de plein vent. Toutefois, on se rend aussi compte que la vente sur l'exploitation, si elle est très répandue, contribue en moyenne peu à la réalisation du chiffre d'affaire des exploitations. Elle assure en fait, dans la plupart des cas, une fonction de vitrine commerciale de l'exploitation, particulièrement pour les exploitations commercialisant principalement via des circuits longs ou coopératifs.

Le second groupe correspond à des circuits de commercialisation moyennement répandus (vente aux commerçants-détaillants, à la restauration commerciale ou collective) contribuant assez faiblement à la réalisation du chiffre d'affaire des entreprises. Ce sont des circuits courts intermédiés qui, pour les entrepreneurs, occupent une place secondaire en termes de stratégies commerciales, bien qu'ils puissent y être attachés, pour des raisons personnelles, affectives, historiques, etc.

Le dernier groupe, celui des circuits peu répandus, peut être divisé en deux sous-groupes, celui des circuits contribuant fortement à la réalisation du chiffre d'affaire, et ceux y contribuant faiblement. Dans le premier, on trouve la vente aux centrales d'achat, aux GMS et aux Amap. Ces modes de commercialisation, à la différence des seconds, sont souvent au cœur de la stratégie d'entreprise, même s'ils sont mis en œuvre par des entreprises aux caractéristiques souvent bien différentes. Dans le second groupe, on trouve un ensemble de circuits courts contribuant moyennement ou faiblement à la réalisation du chiffre d'affaire et qui occupent une place secondaire dans la stratégie de l'entreprise (vente en tournée, en boutique collective, en salons, sur les marchés réservés aux producteurs, sur Internet). Pour certains, comme la vente sur les salons ou sur les marchés de producteurs, leur faible impact peut être analysé comme une conséquence de leur caractère événementiel ou saisonnier.

Comme nous l'avons montré, le choix de se tourner vers tels ou tels modes de commercialisation (circuits courts ou d'expédition) est fortement corrélé aux caractéristiques structurelles des entreprises. Les plus petites, faute de volumes suffisants, ont plutôt tendance à privilégier les circuits courts qui permettent une meilleure valorisation du produit sur de petits volumes, quand les plus grandes ont plutôt recours à des circuits d'expédition dans lesquels les volumes permettent de compenser des prix de vente moins élevés.

Néanmoins, hormis celles n'utilisant qu'un mode de commercialisation de leurs produits (seulement 40 parmi notre échantillon), la plupart, parce qu'elles combinent plusieurs circuits de commercialisation, ont recours à la fois à des circuits courts et des circuits longs ou d'expédition, qu'elles combinent de manière variable, en fonction des écarts de valorisation qu'elles perçoivent. Quelques travaux (Dubuisson-Quellier, Le Velly, 2008 ; Praly, Chazoule, 2013) se sont ainsi intéressés à la manière dont les entreprises agricoles combinaient circuits courts et longs, rompant ainsi avec une vision caricaturale opposant circuits alternatifs (courts) et conventionnels (longs). Leurs résultats ont permis de montrer que l'« on assiste bien moins à des formes de ruptures entre long et court qu'à des formes d'articulation très variées et spécifiques en fonction des différentes trajectoires des acteurs » (Dubuisson-Quellier, Le Velly, 2008, p. 106), renforçant par-là l'intérêt d'une analyse mobilisant les cadres de la sociologie des entrepreneurs, de manière à rendre compte de la diversité des logiques entrepreneuriales présentes chez les agriculteurs.

Le groupe des *managers* est composé d'entreprises ayant principalement recours aux circuits d'expédition et pour lesquelles les circuits de proximité occupent une fonction d'appoint ou d'ajustement. Ce sont plutôt des entreprises spécialisées, en OP ou qui vendent aux grossistes ou aux centrales de la grande distribution, qui sont concernées par ce type de combinaison. Dans le cas de ces entreprises, le recours aux circuits courts et la sélection des produits qui y seront vendus renvoient à deux types de stratégies. D'une part, le développement d'un atelier de vente directe peut s'accompagner d'une évolution des systèmes de production, dans une optique de diversification, et le développement, par exemple, d'un atelier de maraîchage diversifié pour la vente sur l'exploitation ou sur les marchés :

*« C'est pareil, une année mes parents ont décidé de raser et de ne garder qu'un hectare pour vendre à la boutique, parce que ça faisait deux années que les prix s'effondraient, et donc on nous demandait de détruire notre production. C'est vrai qu'à ce moment-là c'était des soucis économiques, on n'était pas payé, donc voilà. C'est à ce moment-là que... c'était il y a bien 25 ans de ça, qu'on commençait à parler*

*d'agrotourisme. Donc ma mère s'est dit "pourquoi ne pas regarder un peu ce qu'il se fait ?", et elle a commencé à mettre un doigt dans l'agrotourisme, et le fait de pouvoir vendre notre propre production sur place, et que les gens viennent sur nos exploitations, ce qui était tout nouveau à l'époque. Mon père, lui en parallèle, avec l'OP, a vendu plus de pruniers pour faire du pruneau d'Agen. Il s'est lancé dans le melon et la fraise, il y a 20-25 ans, et depuis ça a été... Ils se sont spécialisés un peu plus là-dedans, et ma mère a pris... la boutique a pris de plus en plus d'importance aussi, donc on a développé des petites productions sous serres, pour avoir un panel le plus large possible de fruits et légumes d'été, puisque la boutique n'est ouverte que l'été. » (P8)*

Cependant et comme le montrent Praly et Chazoule (2013), le développement de ventes directes n'est pas nécessairement synonyme d'une évolution de l'appareil de production, ni d'un élargissement de la gamme variétale produite. En effet, les produits sélectionnés pour la vente directe peuvent correspondre à des écarts de tri. Le tri entre les fruits et légumes destinés à l'expédition ou à la vente sur place se faisant sur les critères des normes commerciales, ces stratégies n'entraînent le plus souvent pas de modification du travail au niveau de la production et du conditionnement :

*« Donc le grossiste nous permet d'écouler notre production. Et après, le particulier, c'est... le particulier nous permet de vendre tout ce qui est fruits déclassés. Donc vous voyez, sur la pomme, ça permet de vendre... on passe comme ça. » (P29)*

Comme le montre cet exemple, la valorisation des écarts de tri via des circuits courts, si elle n'implique pas nécessairement une adaptation des systèmes de production, nécessite tout de même des adaptations, tant au niveau des conditionnements proposés que de la politique tarifaire ou du marketing.

Le second groupe, celui des *entrepreneurs-paysans*, regroupe ceux qui commercialisent principalement via des circuits courts et n'ont recours à des circuits d'expédition que de manière ponctuelle ou marginale. Ces exploitations sont en général caractérisées par une palette élargie d'espèces et de variétés, ces deux éléments permettant de proposer aux consommateurs un choix de produits plus important sur une période plus longue. Cet impératif de diversité est particulièrement fort pour certains systèmes comme la vente sur l'exploitation, sur les marchés ou en Amap :

*« Juste avant de commencer la vente directe, [mon père] a commencé à monter des tunnels, parce qu'avant 85, en 84 quand il a monté ses premières serres, il y avait pas d'abri sur l'exploitation, c'était que du plein-champ, donc il y a eu un passage successif sur une modification des structures sur l'exploitation : diminution des surfaces, diminution des quantités produites, augmentation de la diversité et ainsi une diversité de productions. » (P21)*

Les entreprises de ce groupe compensent les faibles volumes par une meilleure valorisation économique des produits du fait de la suppression des intermédiaires marchands, d'autant plus quand les systèmes de production sont ajustés aux exigences de ces modes de distribution. La plupart des maraîchers combinent ainsi des systèmes de plein-champ et des cultures sous abris froids, permettant d'obtenir des produits plus précoces et / ou de protéger des cultures fragiles (comme les salades) des aléas climatiques (fortes précipitations, gelée, etc.). Malgré tout, tous les circuits courts n'impliquent pas la même diversité de productions. Les circuits intermédiés, comme la vente aux restaurateurs, aux commerçants-détaillants ou aux grandes et moyennes surfaces, de ce point de vue, ne nécessitent pas une forte diversification des systèmes de production, du moins en termes d'espèces, sinon de variétés<sup>65</sup>.

Si leur stratégie entrepreneuriale est construite autour de la limitation des charges productives et de la valorisation de la (quasi) totalité de la production via des circuits courts, les *entrepreneurs-paysans* ont aussi recours, de manière ponctuelle, à des circuits d'expédition pour commercialiser leurs produits. C'est particulièrement le cas en période de surproduction, quand les volumes récoltés sont trop importants pour être commercialisés en vente directe. Ces situations sont généralement jugées comme étant complexes à gérer. En effet, dans ce cas-là, les producteurs deviennent *demandeurs* sur le marché et les acheteurs, identifiant un besoin d'écouler rapidement de la marchandise, se servent de cet argument pour chercher à tirer les prix vers le bas :

*« Et le lundi pendant toute la saison, il m'a jamais acheté de courgettes, ce qui fait que tous les lundis j'avais une tonne et demie de courgettes que je vendais pas chez lui. Et une tonne et demie, il faut trouver à la vendre. Alors qu'est-ce qui se passait ? Je vendais à des copains, je vendais à L\*\*\*. Mais c'était pas le même prix, parce que*

---

<sup>65</sup> Cependant, ces circuits intermédiés, dans la typologie de Praly et Chazoule, sont plutôt classés dans la catégorie des circuits d'expédition. En effet, « la commercialisation directe entre un producteur-expéditeur et une grande surface, qui relève de la définition officielle des circuits courts (un seul intermédiaire), fonctionne souvent selon une logique de circuit d'expédition en termes de définition de la qualité, de rapport de négociation, etc. » (Praly, Chazoule, 2013, p. 44).

*quand vous êtes demandeur, là les types ils savaient que j'étais pris. Parce que L\*\*\*, leur système d'achat, c'est vous faites des cotations, et c'est pour deux jours. C'est-à-dire que la courgette, par exemple, aujourd'hui, eux ils vont vouloir, mettons, une tonne de courgettes par jour et vous, vous savez que vous les avez au frigo, et vous voulez les vendre. Aujourd'hui, vous savez que le cours est à 0,40 à peu près, que vos collègues sont à 0,40 à peu près et donc vous faites à 0,38. Et si à 0,38, vous voyez que l'autre il a baissé, vous remettez à 0,36. » (P2)*

Le recours de ces producteurs à ce type de circuits intermédiés demeure ponctuel et sporadique. En revanche, nombreux sont ceux qui entretiennent des liens réguliers avec de petits commerçants et restaurateurs, à qui ils vendent de manière quasi quotidienne quelques fruits, quelques légumes, sur les marchés, sur l'exploitation ou le temps d'une livraison, même s'ils concèdent aussi volontiers que ces clients ne sont pas les plus « faciles » d'un point de vue relationnel. En effet, ils ont la réputation, parmi les producteurs, d'être constamment à la recherche de prix et d'avoir pour habitude de négocier âprement n'importe quel produit, en plus d'être de « mauvais payeurs ».

Enfin, le troisième groupe, celui des *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, cherche à maintenir un équilibre entre circuits courts et circuits d'expédition. Ce groupe est le plus hétérogène en matière de définition des stratégies commerciales, ce qui peut s'expliquer par sa diversité en matière de trajectoires et de modes de socialisation professionnelle, quand les deux autres, de ce point de vue, apparaissent plus homogènes. Pour Praly et Chazoule, leur stratégie repose sur « la combinaison d'une palette de débouchés bien établis, vers lesquels les fruits sont orientés préférentiellement selon plusieurs critères : les espèces, les variétés, les qualités des produits » (Praly, Chazoule, 2013, p. 48). Autrement dit, la logique entrepreneuriale des producteurs de ce groupe repose sur un travail de singularisation des produits comme des relations commerciales et sur leur « capacité à percevoir un écart de prix possible entre deux situations d'échange » (Zalio, 2009, p. 627), alors que ces stratégies sont moins au cœur de la logique entrepreneuriale des deux autres groupes qui tendent à se spécialiser sur un type de circuit et exploitent, au gré des opportunités qui se présentent à eux, des écarts d'évaluation entre deux scènes marchandes. Généralement, les entrepreneurs traditionnels fragilisés cherchent à consolider leur position sur les marchés auxquels ils sont connectés par des logiques de différenciation qualitative, en proposant un produit pour lequel n'existe pas de concurrence, ou bien en personnalisant les relations avec les clients en leur proposant certains services spécifiques :

*« Du coup, vous avez vu avec les gens de \*\*\* là où ils avaient des manques ...*

*Pour me rendre indispensable. Enfin pas indispensable, parce que personne est indispensable, mais essayer de me placer, sur un marché de niche.*

*J'ai en effet vu que vous étiez spécialisé dans les fruits et légumes que personne ne faisait à part vous ?*

*Oui, les légumes oubliés. Des légumes qui ont été délaissés après la guerre, parce qu'il fallait nourrir vite et beaucoup de monde, et ça faisait partie des fruits et légumes qu'on avait oubliés. J'ai fait ce choix parce que je serais tombé en concurrence... Je ne connaissais pas la culture maraîchère, donc je serai tombé en concurrence avec d'autres maraîchers, donc je préférais faire quelque chose qui n'était pas connu, mais qui était demandé. » (P11)*

Se positionnant sur des marchés de niche, ces producteurs cherchent également à pérenniser leur position en se différenciant de l'offre proposée par les grossistes et les centrales d'achat ainsi que par la personnalisation de l'offre et du service (livraisons régulières, conditionnement adapté...) en fonction du type de client. De ce point de vue, la stratégie entrepreneuriale d'André<sup>66</sup> est tout à fait éclairante. Maraîcher dans le Lot-et-Garonne, il s'est installé avec sa femme en 2003. Il débute sur quelques cultures « basiques » qu'il commercialise via un grossiste local. Mais, courant 2008-2009, il remet en question son système de production et de commercialisation, passe en bio, élargit la gamme des légumes qu'il produisait jusqu'alors pour vendre en direct sur les marchés. Mais les niveaux de prix pratiqués sur les marchés du Lot-et-Garonne, où l'offre de produits labellisés AB est rare, le forcent à s'aligner sur les prix des produits conventionnels, ce qui menace les revenus de l'entreprise. Cette situation force André à faire de nouveau évoluer son système de distribution vers du commerce de gros et il s'oriente dès lors vers certains types de clients, comme les magasins spécialisés ou les grossistes de produits labellisés bio :

*« Le problème c'est qu'on n'a pas réussi à trouver une valorisation conséquente pour pouvoir faire tourner la structure. Donc il a fallu qu'on diminue cette commercialisation, pour la faire évoluer vers du commerce de gros. Donc du commerce via les MIN, via les magasins spécialisés, et là on a mis en place une logistique particulière pour livrer les points de magasins. » (P14)*

---

<sup>66</sup> Le prénom a été changé pour préserver l'anonymat.

S'il continue les marchés, André pense toutefois à les arrêter en 2013 au regard du rapport rémunération / temps passé / pertes de produit, qu'il estime mauvais. En effet, après deux années de croissance du chiffre d'affaire réalisé sur les marchés, celui-ci se met à ralentir puis à stagner. C'est en fait la mise en place de deux nouvelles cultures sur l'exploitation qui vont permettre à André et sa femme de faire croître le chiffre d'affaire réalisé sur les marchés :

*« Depuis cette année on se tâtait peut-être pour arrêter les marchés, par rapport au temps qu'on y passe, et après tout ça, c'était limite. Et donc avait presque prévu d'arrêter. Et depuis cette année, on a commencé les champignons de Paris et les endives, donc ce qui permet sur notre territoire de se démarquer, parce qu'il n'y en a pas. Et ensuite on se démarque aussi par la qualité gustative, et par ce biais-là, aujourd'hui, on a des marchés... le chiffre d'affaire des marchés qui s'envole, donc par le fait qu'on ait diversifié, dans le sens où sur les marchés aujourd'hui il n'y a personne qui soit capable d'en proposer en tant que producteur. Donc là on arrive à se différencier, et par ce biais-là, aujourd'hui on est au clair pour dire qu'on continue les marchés, parce qu'aujourd'hui c'est intéressant. » (P14)*

Le démarrage de ces deux nouvelles cultures (endives et champignons) est rendu possible par l'acquisition préalable d'un ancien tunnel ferroviaire appartenant à la propriété d'André, l'endroit étant idéal pour ce type de cultures. S'il ne savait pas *a priori* à quoi lui servirait ce tunnel, André se convainc après une rapide étude du marché local du champignon biologique, atone, de démarrer cette culture. Les conditions de culture lentes donnent un champignon au goût singulier, avec un taux de matière sèche élevé, et le placent comme un produit haut-de-gamme sur le marché. Ce positionnement, couplé à la faiblesse de la concurrence pour ce produit, place André dans une position relativement confortable par rapport à ses clients (les grossistes en particulier), qu'il sélectionne en leur imposant ses conditions commerciales et en fonction de leur capacité à valoriser ses produits :

*« Aujourd'hui par exemple il fallait que je fournisse soixante colis de champignons, mais je ne vais pouvoir en faire que trente. Et ça fait juste un mois qu'on a commencé donc pour dire que c'est en train de s'envoler. La clientèle demande, et quémande, pour avoir des champignons, et ça me permet également de pouvoir faire des palettes. Aujourd'hui par exemple la mâche c'est très difficile à vendre, donc c'est un petit peu le jeu du donnant-donnant, "tu me prends des champignons, donc tu me prends aussi de la*

*mâche*”. C’est un atout commercial, en plus de l’atout vente directe, c’est aussi un atout commercial sur le marché du gros et du demi-gros. » (P14)

Ce travail de singularisation des relations commerciales, dans le cas d’André, est en outre soutenu par un autre travail de singularisation, portant cette fois sur le produit. Il propose en effet un conditionnement des champignons atypique, en bouquet, qu’il est parvenu à attacher à « son » produit singularisé, ce qui lui permet de toucher une clientèle de grossistes approvisionnant les restaurateurs, les épiceries haut-de-gamme, et de se détourner de certains circuits comme la grande distribution :

*« Donc normalement, au niveau de l’agrégé, les champignons devraient être agrées en fonction d’un calibrage et tout ça. Donc des exigences commerciales qui font que. Moi j’ai pas voulu tomber dans ce piège-là, parce que j’ai voulu créer mon champignon à moi, et créer une identité avec mon champignon. Et c’est ce qu’on a réussi à faire, c’est-à-dire qu’on sort un champignon qui, j’allais dire, est authentique. [...] Donc il y a des clients qui sont... via la grande distribution, le marché classique, traditionnel, mais qui s’intéressent pas forcément à cette image qui va derrière, et qui ne comprennent pas pourquoi je travaille le champignon de cette manière et me disent « le champignon ça se travaille pas comme ça ». OK, ça se travaille pas comme ça, mais moi je le travaille comme ça. Tandis que les autres ils arrivent à démarquer mon champignon, et à le faire partir vers une niche particulière qui est par exemple les grands chefs, les restaurants particuliers... Je sais que ce sera pas un marché pour du volume, mais ce sera un marché pour du haut-de-gamme. » (P14)*

L’exemple d’André illustre à merveille les stratégies entrepreneuriales mises en œuvre par une partie au moins des *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, ceux-ci cherchant à exploiter les moindres interstices, les moindres décalages d’évaluation et de valuation entre scènes marchandes pour créer du profit. Ces entrepreneurs ne cherchent pas à éviter la concurrence. Il serait plus juste de dire qu’ils cherchent à se ménager des espaces au sein desquels ils parviennent à la maîtriser, soit en singularisant les relations avec l’aval et les clients, soit en singularisant leurs produits, ce qui leur permet dans les deux cas de stabiliser des positions de niche atténuant l’effet de la concurrence par les prix, au profit d’une logique de concurrence par la qualité (Eloire, 2010).

En définitive, ces trois groupes d’entrepreneurs présentent des degrés de contacts et de rapports au marché très hétérogènes. Le premier, celui des *managers*, est composé d’entrepreneurs commercialisant principalement via des circuits d’expédition et qui peuvent

avoir conservé ou mis en place des circuits courts pour vendre une partie de leurs produits, généralement grâce à une boutique de vente directe à la ferme. Le second groupe, celui des *entrepreneurs-paysans*, comporte des maraîchers ayant basé leur stratégie commerciale sur la valorisation de leurs produits exclusivement (ou presque) via des circuits courts de proximité. Ils n'ont recours à des circuits d'expédition que de manière extrêmement ponctuelle, en cas de surproduction, ce qui tend à renforcer leur appréhension vis-à-vis de ces circuits dans lesquels ils n'ont pas la main sur la formation des prix. Enfin, le dernier groupe, les *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, se distingue des deux autres par le maintien d'un équilibre commercial entre circuits de proximité et d'expédition et par un aménagement des espaces concurrentiels dans lesquels ils sont placés grâce à un travail de singularisation des relations commerciales avec l'aval. Ces entrepreneurs sont aussi ceux qui, d'un point de vue analytique, renvoient le plus à la figure « héroïque » d'un entrepreneur réflexif, opportuniste et innovateur décrit par Schumpeter, dont la capacité à générer des profits tient à la pluralité des scènes sociales et économiques au sein desquelles il circule, et de la pluralité des principes de valuation et d'évaluation qui y ont cours. Bien que ce dernier groupe incarne peut-être mieux que les deux autres ce type de logiques entrepreneuriales, du fait de leur centralité dans la stratégie globale de l'entreprise, les *entrepreneurs-paysans* et les *managers* basent eux aussi une partie de leurs stratégies sur la valorisation de ces écarts d'évaluation entre plusieurs scènes marchandes, l'objectif étant pour chacun de ces trois groupes de se connecter aux marchés les plus rémunérateurs par rapport à leurs produits.

### **3.2. Entre environnement et territoire économiques, une expérience marchande en tension(s)**

Nous nous intéresserons pour terminer à la fabrique de l'expérience marchande des producteurs de fruits et légumes et à la manière dont ce processus est influencé par des dynamiques d'encastrement spécifiques des entrepreneurs dans des contextes professionnels, sociaux et culturels. Nous nous appuyerons pour cela sur les travaux de Mallard consacrés à la fabrique de l'expérience marchande des très petits entrepreneurs, c'est-à-dire à leurs modes de formation des savoirs et des connaissances sur leur univers marchand de référence (Mallard, 2007 ; 2011). De son propre aveu, il s'intéresse moins à l'expérience « du » marché dans son ensemble qu'à l'expérience des marchands vis-à-vis de cette réalité intermédiaire que sont « leurs » marchés. Pour cela, il recourt à une métaphore spatiale du marché comme un « territoire » ou comme un « environnement », ces deux figures constituant les deux pôles

d'un continuum de manières de définir et se représenter « le » marché<sup>67</sup>. La conception du marché comme un environnement en fait « un espace vécu habité par un corps qui s'y déplace » (Mallard, 2011, p. 50), c'est-à-dire un espace soumis à une logique d'exploration à travers laquelle l'entrepreneur met progressivement au jour la réalité dans laquelle il est immergé, ce processus permettant de nouveaux apprentissages, ou l'apparition de nouvelles opportunités, etc. A l'opposé, les représentations du marché comme un territoire en font « un espace euclidien décrit par les instruments de mesure de la géométrie » (Mallard, 201, p. 50). L'enjeu, pour les entrepreneurs se rattachant à cette représentation du marché, est ainsi de le décrire pour le formaliser, le délimiter afin de s'y positionner stratégiquement. Dans le premier cas, il s'agit d'une vision égocentrée et locale de sa position dans l'espace, dans laquelle l'exploration précède la formalisation. Dans le second, il s'agit d'une perspective décentrée et surplombante dans laquelle la formalisation vient avant le positionnement stratégique et conditionne la genèse des stratégies de déplacement dans l'espace économique.

En partant de cette opposition entre une représentation du marché comme un environnement ou comme un territoire, nous chercherons à catégoriser les producteurs de fruits et légumes par rapport à leurs manières de se représenter le marché, la position qu'ils y occupent, la concurrence, etc. Nous montrerons ainsi que de ce point de vue, les producteurs ayant principalement recours à des circuits courts se rapprochent plus d'une représentation du marché comme d'un environnement à explorer. En revanche, les exploitations ayant principalement recours à des circuits d'expédition (dans lesquelles nous incluons également les entrepreneurs n'ayant pas de lien direct avec le marché car déléguant la mise en marché de leurs produits à des OP) se rapprochent plus d'une conception du marché comme d'un territoire à cartographier avant d'entreprendre. Evidemment, entre ces deux pôles, un ensemble extrêmement hétérogène de rapports au marché, oscillant entre une approche territoriale et environnementale, coexistent selon des modalités diverses. Ces différences dans la construction de l'expérience marchande des producteurs de fruits et des légumes seront expliquées à la fois par des modes de contact à leur environnement socioéconomique différenciés, ainsi que par une inégalité en matière d'accès aux dispositifs sociotechniques conditionnant les représentations du marché.

---

<sup>67</sup> S'appuyant sur les travaux de Pacitto et Julien (2006), Mallard note d'ailleurs que pour une part importante des très petits entrepreneurs, une confusion récurrente est faite entre « le marché » ou « la demande » et la clientèle. En fait, bien souvent, quand ils cherchent à définir le marché ou les attentes de la demande, les très petits entrepreneurs ne font que décrire leur clientèle ou ses attentes, pas des dynamiques macroéconomiques plus générales.

### 3.2.1. Des entreprises encadrées dans des configurations relationnelles différenciées

Du point de vue des rapports qu'elles entretiennent avec leur environnement social, professionnel ou économique, les entreprises de nos échantillons adoptent des postures assez différentes. Nous avons en effet pu observer une corrélation assez forte entre, d'une part, les orientations commerciales des entreprises et, d'autre part, le volume et la structure de leurs contacts avec leur environnement.

Les producteurs pour lesquels les circuits courts ne représentent pas plus de 75 % du chiffre d'affaire sont ceux qui déclarent avoir le plus de contacts dans le cadre de leur activité professionnelle (2,4 contacts cités en moyenne). Les exploitations réalisant plus des trois quarts de leur chiffre d'affaire en circuits courts citent en moyenne moins de contacts avec leurs collègues-concurrents que les deux premiers groupes (2,2). A ces différences minimes de volumes se combinent par contre d'importantes différences dans la structure de ces contacts (Tableau 20).

**Tableau 20 : Contacts cités en fonction du principal mode de commercialisation**

	Consommateurs	Grossistes, acheteurs, restaurateur	Collègues F&L et stagiaires	Autres agriculteurs	Techniciens	TOTAL
CC = moins de 25 %	20,70%	41,40%	77,60%	50,00%	51,70%	100% (140)
CC = de 25 à 75 %	78,90%	42,10%	52,60%	47,40%	21,10%	100% (46)
CC = plus de 75 %	92,60%	33,30%	44,40%	44,40%	7,40%	100% (60)
TOTAL	50,00%	39,40%	64,40%	48,10%	34,60%	100% (246)

Source : Enquête projet Région « VFL »

La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 39,11$ , ddl = 8, 1-p = >99,99%.

V de Cramer : 18,80%

Le  $\chi^2$  est calculé sur le tableau des observations

En effet, dans le cadre de leur activité professionnelle, les contacts des exploitations pour lesquelles la commercialisation en circuits courts représente plus de 25 % de leur chiffre d'affaire sont principalement orientés vers la réalisation des activités marchandes (et vers les consommateurs), tandis que ceux des exploitations réalisant moins de 25 % de leur chiffre d'affaire grâce à ces modes de commercialisation sont principalement tournés vers les

collègues-concurrents, les autres agriculteurs et les techniciens. En fonction des modes de commercialisation principaux des entreprises produisant des fruits et légumes, leurs profils relationnels sont donc plutôt distincts.

La structure des contacts professionnels des exploitations intégrant les fonctions de vente (via des circuits courts ou d'expédition) est par ailleurs relativement similaire. Après les contacts avec les consommateurs, leur principale source de contacts dans leur activité professionnelle est formée par d'autres producteurs de fruits et de légumes ou par d'autres agriculteurs. Les contacts avec les professionnels du commerce en fruits et légumes sont moins souvent cités par ces deux groupes, et le sont dans des proportions équivalentes à celles du premier. En revanche, la différence majeure réside dans les contacts de chacun de ces deux groupes d'entreprise avec les techniciens, les exploitations commercialisant principalement leurs produits en circuits courts y recourant très peu de manière générale. Ceci peut s'expliquer d'une part par la recherche d'indépendance et d'autonomie affichée par ces entrepreneurs en matière de choix productifs et de conduite des cultures, et d'autre part par un manque de recherches agronomiques portant sur les spécificités des techniques propres aux systèmes de cultures des exploitations commercialisant principalement via des circuits courts<sup>68</sup>, cette combinaison de facteurs pouvant inciter les agriculteurs à ne pas investir prioritairement ce type de contacts, qu'ils estiment en général peu adaptés à leurs besoins.

Les raisons de ces différences dans la structure des contacts des entreprises en fonction de leurs orientations commerciales sont à chercher principalement dans l'organisation du travail. En effet, la spécialisation vers des systèmes de vente directe se révélant souvent chronophage, du fait de la multiplication des déplacements liés à la vente, et plus complexe d'un point de vue agronomique, du fait de la diversification des espèces nécessaire à la composition d'une gamme de produits suffisamment élargie, les producteurs ont en général moins de temps à consacrer à l'investissement des espaces de socialisation professionnelle que les autres. La charge de travail associée à la vente en circuits courts, et notamment à la commercialisation en paniers ou sur des marchés de plein vent, est souvent présentée comme une des raisons expliquant le peu de contacts avec d'autres collègues produisant des fruits et des légumes, ou plus généralement, d'autres agriculteurs. Toutefois, ces modes de

---

<sup>68</sup> Toutefois, sur ce point, certaines expériences menées à l'échelle départementale ou régionale entre des agriculteurs, des centres de recherche agronomique et des organisations professionnelles cherchent à enclencher des dynamiques de recherche autour des spécificités techniques des systèmes de culture, notamment maraîchers, destinés à une commercialisation via des circuits courts (Bressoud, Parès, 2010). Cette attention portée à la spécificité des modes de production en circuits courts pour certains produits comme la tomate a conduit, localement, à faire évoluer les critères d'évaluation des performances (rendements, résistance aux maladies) des principales variétés produites (Bressoud, 2009).

commercialisation sont aussi des lieux de rencontre et de socialisation importants appréciés par les producteurs les utilisant (Chiffolleau, 2012), notamment parce qu'ils permettent de recréer du lien social entre des collègues que les activités de production tendent à éloigner :

« Oui, parce que c'est des moments, les MPP, comme on dit, de tout l'hiver on ne se voit pas, et pendant l'été on se voit toutes les semaines, et on est super heureux. On est super content parce qu'on discute, on se rend compte qu'avec le voisin il a exactement le même problème que nous sur ça ou sur ça, et lui il a résolu son problème comme ça, et merde, c'est peut-être pas con... Et le lien se recrée en fait, et on sort de ce bocal où on est tout seul. » (P8)

D'autres aspects, comme la surreprésentation des « hors-cadres-familiaux », particulièrement pour ceux dans des dynamiques d'installation récentes<sup>69</sup>, parfois dans des attitudes de rejet vis-à-vis des instances de socialisation professionnelle traditionnelles, peuvent aussi expliquer la plus faible participation des *entrepreneurs-paysans* à des réseaux ou des espaces d'échange internes à la filière. A l'inverse, les modalités d'organisation du travail des *managers* et dans une moindre mesure des *entrepreneurs traditionnels fragilisés* permettent d'investir plus facilement ces espaces de rencontre et d'échange sectoriels et, qui plus est, les organisations spécifiques à la filière des fruits et légumes frais.

La participation aux organisations endogènes à la filière des fruits et légumes frais, et plus généralement aux organisations sectorielles, semble assez directement liée à l'orientation commerciale des entreprises. En effet, les *entrepreneurs-paysans* ou les *entrepreneurs traditionnels fragilisés* étant en majorité à la tête de petites exploitations employant relativement peu de salariés, les producteurs disposent de peu de marges de manœuvre en matière de gestion de leurs activités professionnelles, accaparées principalement par la production et la vente des produits. A l'inverse, les exploitations commercialisant principalement leurs produits via des circuits d'expédition ont plus souvent recours à de la main d'œuvre salariée, réduisent l'activité commerciale à quelques clients (voire externalisent le travail de mise en marché dans le cas des exploitations vendant à des coopératives) et à des moments spécifiques (en général, la matinée, au moment où les magasins et les centrales d'achat passent leurs commandes pour le lendemain). Cette organisation du travail, dans laquelle la participation du *manager* à la réalisation des travaux agricoles est rendue

---

<sup>69</sup> Les deux ou trois premières années après l'installation, en particulier dans le cas des créations d'exploitation par des hors-cadres-familiaux disposant de peu de ressources économiques et techniques, sont généralement présentées par les agriculteurs en circuits courts comme des années intenses en termes de charge de travail, du fait de leur apprentissage sur le tas des problèmes de gestion d'une exploitation agricole.

superflue, leur laisse plus de possibilités pour investir les espaces de socialisation et d'échanges professionnels. Ainsi, alors que seuls 37 % des producteurs réalisant plus de 75 % de leur chiffre d'affaire en circuits courts déclarent avoir des contacts avec d'autres producteurs de fruits et légumes, ils sont respectivement 78 % et 53 % parmi ceux pour lesquels ces modes de commercialisation représentent moins de 25 % ou entre 25 et 75 % de leur chiffre d'affaire (Tableau 21).

**Tableau 21 : Contacts avec des collègues-concurrents en fonction du principal mode de commercialisation**

	Contact avec des collègues	Pas de contact	TOTAL
CC = moins de 25 %	77,60%	22,40%	100% (58)
CC = de 25 à 75 %	52,60%	47,40%	100% (19)
CC = plus de 75 %	37,00%	63,00%	100% (27)
TOTAL	62,50%	37,50%	100% (104)

Source : Enquête projet Région « VFL »

La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 13,89$ , ddl = 2, 1-p = 99,90%.

V de Cramer : 13,36%

Le  $\chi^2$  est calculé sur le tableau des citations (effectifs marginaux égaux à la somme des effectifs lignes/colonnes).

Les entreprises produisant des fruits et légumes sont caractérisées par des formes et des degrés d'encastrement dans leur environnement professionnel assez différenciés, qui plus est fortement corrélés à leur orientation commerciale. De ce point de vue, les entreprises commercialisant principalement leurs produits en circuits courts se distinguent fortement de celles qui recourent principalement à des circuits d'expédition, parmi lesquelles les exploitations commercialisant leurs productions via des OP occupent une place importante : les relations professionnelles des premières sont très largement liées à leur activité commerciale, les relations des secondes étant plutôt tournées vers les collègues-concurrents et des intervenants techniques. Les entreprises ayant maintenu un équilibre entre circuits courts et d'expédition se trouvent dans une situation intermédiaire par rapport à ces deux groupes. En effet, la structure de leurs contacts professionnels montre à la fois la part importante de leurs relations liées à la réalisation des activités marchandes, tout en conservant des contacts plus fréquents avec les collègues-concurrents et les techniciens que les entreprises réalisant plus de 75 % de leur chiffre d'affaire en circuits courts.

### **3.2.2. Des réalités marchandes appréhendées à partir de sources hétérogènes**

La structure des contacts des entreprises produisant des fruits et des légumes avec leur environnement donne déjà quelques pistes pour tenter d'analyser la manière dont ils structurent leur rapport au marché. En effet, du fait de la répétition et de la densité des contacts entretenus avec leur clientèle (professionnels ou consommateurs), les producteurs assurant eux-mêmes la mise en marché de leurs produits disposent d'un flot d'informations continu quant aux attentes de leurs clients et aux niveaux de prix pratiqués (et praticables). Autrement dit, leur expérience marchande est construite principalement par rapport à des sources d'information endogènes à l'activité marchande, même si des sources exogènes d'information peuvent aussi être mobilisées. Leur appréhension du marché et de ses évolutions est donc très fortement dépendante des rapports qu'ils entretiennent avec leur clientèle et les collègues-concurrents qu'ils côtoient lors de leurs activités commerciales :

*« Alors, au niveau des Capus, j'ai l'impression que les gens ont tendance à revenir notamment le samedi, le dimanche, le week-end. J'ai l'impression que bon nombre de gens sont revenus. J'ai connu une époque où ils délaissaient un peu le marché, et je m'aperçois que la reprise a l'air quand même de se faire ressentir. » (P10)*

*« Les marchés de plein vent, en général, sont plutôt stagnants, pour ne pas dire... Donc il y a encore une tradition, en quelque sorte, de marchés de plein-vent, mais c'est dur-dur. La plupart des gens qui viennent... Enfin moi, j'en vois qui viennent, qui viennent pas... Enfin pas dans notre secteur, dans notre secteur on est même sûrement les plus réguliers à venir sur le marché. » (P25)*

Comme ces deux extraits d'entretien le montrent, les conclusions de ces deux producteurs quant à l'évolution « du marché » des marchés de plein vent sont en opposition, le premier constatant une reprise de l'activité sur le marché de centre-ville qu'il fréquente, le second se montrant lui plutôt pessimiste quant au potentiel d'évolution des marchés ruraux. Ces deux conclusions antagonistes sont directement informées par l'expérience concrète qu'en ont ces deux entrepreneurs connectés à des places marchandes prises dans des dynamiques *a priori* différentes. Ceci permet de mettre en évidence un élément important pour nous. Pour ces entrepreneurs, la notion de marché ne renvoie pas à une catégorie abstraite, désincarnée, mais à un type de circuit commercial auquel ils sont connectés dans le cours de leur activité marchande. Autrement dit, cette notion renvoie pour eux à des places, des lieux, des configurations marchandes spécifiques, plus qu'à des données objectivées, des tendances de consommation, etc. Leur expérience marchande apparaît donc fortement

encastrée dans un environnement économique dans lequel ils sont immergés, et qu'ils explorent principalement en multipliant les liens avec leurs clients et leurs collègues-concurrents. La multiplication de ces liens permet entre autres d'arriver à se positionner sur le marché, par rapport à la concurrence :

*« Et là cette année, on essaie de mettre en place une mercuriale. C'est une liste de moyennes de prix. Chacun annonce son prix mini et maxi pour chaque produit en fait. Ça permet de se caler en fait. On a des plages avec des mini, des maxi, et quand on sait pas du tout, quand on pense qu'on est trop cher ou trop peu cher sur un produit, ça permet de se situer à peu près. » (P1)*

Ces démarches consistant à se donner des « prises » sur le marché ont la plupart du temps un caractère très empirique et procèdent d'expérimentations qui s'accompagnent de leur lot de réussites et d'erreurs. Le cas de ce maraîcher diversifié et des apprentissages qu'il a dû réaliser pour pérenniser ses systèmes de vente aux particuliers est assez évocateur des difficultés que peuvent rencontrer les producteurs ne disposant pas des informations pertinentes pour asseoir leur commerce :

*« C'est ce que je disais tout à l'heure, j'essayais de distribuer des paniers sur Bordeaux, et des fois je me retrouvais avec je sais pas combien de paniers, je savais pas comment j'allais les faire, des fois j'y allais pour un panier... En plus, on était deux à l'époque, donc c'était encore plus compliqué. Le site sur le champ, quand on faisait le marché, on avait personne qui venait parce que personne nous connaissait, donc les débuts ont été très durs. Et puis après j'ai persévéré, j'ai fait le... j'ai flyé les boîtes aux lettres du coin, il y a eu un peu de gens qui ont commencé à venir sur le champ et avec le peu de pub que j'ai eu dans les journaux cette année, j'ai été approché par cette Amap. » (P17)*

Ce rapport au marché, construit à partir de stratégies d'exploration de l'environnement, est caractéristique des logiques des *entrepreneurs-paysans* et, dans une moindre mesure, des *entrepreneurs traditionnels fragilisés*. Leurs représentations du marché sont dépendantes de leur expérience personnelle et des observations empiriques et répétées qu'ils peuvent faire sur les lieux de vente concernant la clientèle ou la concurrence et qui donnent lieu à des formes de segmentation de l'une et l'autre assez différentes, en fonction des dispositifs qui les équipent. Dans la plupart des cas, ces représentations sont faiblement équipées et formalisées, les catégorisations étant effectuées sur la base de critères de différenciation « indigènes » :

*« Et on voit que dans la clientèle, on a des gens qui sont à la retraite, pas mal, qui ont le temps, parce que je fais que le matin, donc ça limite. Il y a beaucoup de gens qui travaillent dans le milieu médical, énormément de monde dans le milieu médical, ils y sont très sensibles. [...] Honnêtement, les gens qui viennent chez nous, c'est quand même une catégorie, en moyenne... Les gens modestes, j'en ai vraiment très peu. Les gens modestes que j'ai, ce sont des gens qui ont vécu longtemps à la campagne, qui ont été habitués, et qui savent faire la cuisine. Après, une clientèle que j'ai eu un petit peu mais que je n'ai plus, ce sont les turcs et les maghrébins. Les Turcs, ce sont de gros consommateurs. Si la France mangeait autant de légumes qu'eux, ce serait le paradis. Ils consomment énormément de légumes, seulement eux ils sont sur le prix. » (P2)*

Comme le montre cet extrait d'entretien dans lequel un maraîcher présente certaines caractéristiques sociales de sa clientèle (âgée, travaillant dans le milieu médical, plutôt aisée, des gens modestes qui vivaient à la campagne et ont appris à cuisiner, etc.), ces catégories ne sont pas fondées sur une étude de marché ou des données objectivées, mais bien sur une expérience incorporée, acquise dans la pratique. Cependant, les producteurs peuvent tenter de formaliser certaines démarches visant à se donner des prises sur les attentes de leurs clients en faisant émerger le niveau de satisfaction de ceux-ci, de manière à faire évoluer leurs stratégies productives :

*« Moi je discute chaque année avec mes Amapiens, on fait un questionnaire, ce qui va, ce qui va pas, et on rectifie le tir par rapport à ça, et ça nous donne notre orientation pour l'année d'après. » (P5)*

Ces sources d'information endogènes, si elles caractérisent plutôt les logiques de construction de l'expérience marchande des *entrepreneurs-paysans* et des *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, participent également à la construction de celle des *managers* :

*« Et après nous on est relation avec [les chefs de rayon], ils nous disent "voilà, est-ce que vous pouvez nous faire ça, comme ça, essayez de faire ça". Voilà, on fait des essais, on met en place, on voit comment ça se passe commercialement. [...] Et si ça se passe bien, on fait un peu plus, on essaye de voir pour référencer ça dans tous les magasins, et après c'est une histoire qui roule, et on s'adapte. » (P3)*

*« [Les tendances de marché] On les suit tous les jours au téléphone. On a le feedback tout de suite, et on sent vers quoi les gens s'orientent, ce qu'ils préfèrent, à quel moment de l'année, etcetera. C'est un gros avantage pour ça, de vendre en direct. » (P6)*

Cela dit, pour ces deux autres catégories, les logiques d'exploration de l'environnement occupent une place moins importante dans la construction de l'expérience marchande que pour les *entrepreneurs-paysans*. Les *managers*, et dans une moindre mesure les *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, font en effet plus régulièrement appel à des sources d'information exogènes à leurs pratiques marchandes qui contribuent à équiper leurs représentations du marché des fruits et légumes frais en général, et de leurs marchés spécifiques. Ces sources d'information peuvent renvoyer à la presse spécialisée, à la fréquentation des salons, aux discussions avec des collègues producteurs de fruits et légumes, ou avec les techniciens des Chambres d'agriculture ou des OP, etc. :

*« Après on circule pas mal, en France, à l'étranger, pour aller voir un peu ce qu'il se fait, pour essayer d'anticiper ou les bonnes variétés, ou... Voilà, on a toujours eu cette volonté-là. Les nouveaux clones, les clones colorés, les... toutes les nouvelles variétés qui peuvent sortir, ou le renouvellement variétal. Passer sur des clones qui correspondent mieux aux critères de coloration, euh... C'est essayer de se tenir toujours en haut du panier, pas être en bas. C'est nous qui avons la main sur ces choix. On a une orientation technique de la part de B\*\*\* W\*\*\*, qui, eux aussi, en fonction des demandes du marché, nous dirigent sur nos décisions de plantation et sur nos variétés à planter, et voilà. » (P15)*

La grande différence entre les *managers* et les deux autres groupes tient principalement dans le degré de formalisation de leurs connaissances du marché. Du fait de l'orientation de ces entreprises vers des profils « business to business », c'est-à-dire vers des circuits intermédiés de gros, ces producteurs ont souvent un recours plus important à l'informatique pour garder une trace de leurs transactions marchandes et ainsi suivre l'évolution de leurs marchés au quotidien :

*« Et à l'intérieur de ce contrat, j'ai une connaissance totale, au jour le jour, de toutes les ventes. Donc c'est ça qui nous a intéressé dès le départ. C'est-à-dire que même si on a sous-traité la fonction commerciale, on a une connaissance complète. Et moi, tous les jours, sur toutes mes palettes, qu'on fasse cinquante tonnes, ou qu'on fasse trois cent tonnes, j'ai tous mes clients, que j'en ai deux sur une petite journée, ou que j'en ai cinquante ou cent sur une grosse journée, sur tous mes clients je connais le prix de vente payé par le client, le coût de transport si c'est une marchandise rendue, la marge que P\*\*\* prélève, puisque bien sûr il y a une marge qui est prélevée par l'opérateur commercial, les éventuelles remises à l'époque où il y en avait, mais maintenant il y a*

*d'autres choses qui viennent se greffer et qui sont demandées par le client, et le prix net qui m'est rétrocédé. » (P25)*

Par ailleurs, ce travail quotidien permet de suivre l'évolution des marchés, année après année, et de stabiliser des connaissances incorporées quant à la saisonnalité des marchés et de la consommation. Ce suivi permet en outre aux producteurs de forger sur cette base des anticipations rationnelles en termes d'organisation du travail ou de stratégies productives. Ces représentations, si elles sont formées dans le cours des pratiques quotidiennes, ont cependant un caractère moins dépendant des contextes dans lesquels elles sont produites, et fournissent des grilles de lecture au caractère plus formalisé et de portée plus générale que celles dont disposent les *entrepreneurs-paysans* :

*« La pomme, on la consomme toute l'année, et je pense que les quantités augmentent sensiblement à partir du mois de mars-avril. Ce sont deux mois très forts, parce que les agrumes sont terminés, et après arrivent les fruits d'été assez tôt. Donc c'est une concurrence sur la pomme, mais on vend de la pomme au mois d'août. Régulièrement, on considère que mars-avril sont deux mois très forts, mais on vend quand même un volume plus ou moins important tout le temps, même en août. » (P6)*

Pour les *managers*, le marché renvoie donc moins à un environnement qu'à un territoire, qu'il est possible de décrire et délimiter grâce à un ensemble de ressources sociotechniques permettant de mesurer la demande, les opportunités commerciales, etc. De fait, l'analyse objectivée du marché est souvent au principe de la définition des stratégies productives et commerciales de ces entrepreneurs :

*« Pour se faire référencer sur un produit, ils peuvent nous demander un produit qu'ils n'ont pas en gamme ou qu'ils ont du mal à avoir. C'est pas pour ça qu'on lance des productions du jour au lendemain, parce que c'est des investissements et on n'a pas nécessairement la visibilité du marché, donc c'est difficile de répondre à des demandes sur d'autres produits. » (P19)*

Si les représentations des *managers* comme des *entrepreneurs traditionnels fragilisés* semblent plus équipées que celles des *entrepreneurs-paysans*, du fait notamment de la mobilisation de sources d'information exogènes à l'activité marchande (presse spécialisée, forums professionnels, etc.), ils ont également une plus grande capacité à se projeter dans des espaces de comparaison spatialement plus étendus, du fait de la localisation de leurs clients qui sont dans leur grande majorité situés à l'extérieur des « frontières » du marché local. En

effet, à la différence des producteurs commercialisant principalement en circuits courts et pour qui la concurrence à laquelle ils sont soumis est exercée par les magasins spécialisés (en AB notamment) et les supermarchés locaux<sup>70</sup>, ces producteurs se placent dans un espace de concurrence et de comparaison élargi aux autres bassins de production français, européens ou internationaux. En effet, la part des circuits d'expédition dans leur activité commerciale les amène souvent à se trouver en concurrence avec des producteurs géographiquement éloignés d'eux, mais qui pèsent sur les niveaux de prix qu'ils peuvent attendre pour leurs produits.

Cependant, si la concurrence à laquelle sont soumises certaines familles de produits s'exprime avant tout dans un espace régional, d'autres sont soumises à des pressions concurrentielles de la part d'autres régions françaises plus éloignées (comme la Bretagne pour la tomate ou le chou-fleur, ou le Sud-est pour la majorité des productions arboricoles) ou d'autres bassins de production, situés en Europe (l'Espagne pour les légumes d'été, la fraise et le melon) ou dans d'autres régions du monde (le Maroc pour la fraise ou la tomate, l'Amérique du sud pour la pomme ou le pruneau). Les produits issus de ces pays sont souvent assimilés à des niveaux de qualité correspondant aux standards de la grande distribution qui imposent aux producteurs français, incapables de sortir vainqueurs d'une mise en concurrence par les prix, de développer des logiques de différenciation qualitatives, en axant ce travail sur la mise au point de nouvelles variétés. Ce travail est de plus en plus envisagé en termes de mise au point de nouvelles variétés différenciantes d'un point de vue gustatif<sup>71</sup> :

*« Aujourd'hui on a quand même des variétés chez nous qui sont largement commercialisées comme la Ciflorette et la Charlotte qui sont quand même des obtentions du CIREF, enfin de nos filières. Il y a une recherche sur le variétal qui est axée sur... La demande c'est de trouver une variété gustative. Notre survie par rapport à tous nos concurrents marocains, espagnols, même du nord de l'Europe, notre survie ne se fera que si on apporte quelque chose de différent par rapport à eux. En l'occurrence, le goût. » (P7)*

---

<sup>70</sup> Ceci expliquant d'ailleurs qu'en situation d'incertitude sur les prix pratiqués, ils aillent se comparer aux niveaux de prix pratiqués dans ces commerces.

<sup>71</sup> Cette orientation de la recherche variétale est relativement récente. Dans un premier temps, les enjeux autour de l'innovation ont été principalement problématisés en termes d'amélioration des rendements, de la résistance aux aléas climatiques, etc. Puis, avec la concurrence par les prix imposée par les pays d'Europe du sud et d'Afrique du nord, les recherches de diversification variétale ont permis d'élargir la gamme d'un même produit. La tomate ou la fraise en sont de bons exemples, répondant toutes deux à des logiques d'évitement de la concurrence différentes. Dans le cas de la tomate, l'innovation s'est principalement concentrée sur la mise au point de nouvelles variétés dont les caractéristiques (grappe, cerise, etc.) permettaient de nouveaux usages et un nouveau positionnement marketing des produits français. Dans le cas de la fraise, l'innovation a porté sur la mise au point de variétés de contre-saison, précoces ou tardives, destinées à éviter la concurrence des produits espagnols et marocains au plus fort de la saison des fraises.

En définitive, les représentations de la concurrence comme du marché apparaissent elles aussi construites à partir de connaissances endogènes et exogènes à l'activité marchande de ces entrepreneurs. Cependant, elles s'appuient plus fortement sur des appareils de représentation formalisés (tendances de marché, évolutions de consommation, évolution de la production dans les différents bassins, etc.) permettant de penser le marché comme un territoire économique dans lequel les entrepreneurs cherchent à se situer afin de définir leurs stratégies productives et commerciales. Néanmoins, les sources d'information endogènes et les contacts avec les clients sont aussi des repères centraux pour saisir des évolutions plus fines, plus quotidiennes et ainsi ajuster au mieux l'offre à la demande de chaque catégorie de clients, tout particulièrement pour les exploitations ayant un système commercial équilibré entre circuits courts et d'expédition. De plus, ces représentations portent, à la différence des entrepreneurs commercialisant principalement via des circuits courts, sur des territoires (en tant qu'espaces géographiques) étendus et dépassant largement le cadre des frontières locales ou régionales. Autrement dit, non seulement les représentations du marché et de la concurrence de ces trois groupes d'entrepreneurs ne sont pas équipées de la même manière, mais elles portent aussi, en plus, sur des réalités bien différentes. De ce point de vue, l'expérience marchande des producteurs de fruits et légumes apparaît fortement dépendante du type d'activités commerciales menées, ainsi que de leur périmètre. En effet, la commercialisation dans des espaces de proximité, sur des marchés de niche, encourage des logiques d'exploration de l'environnement faiblement formalisées et équipées par des dispositifs sociotechniques généralement rudimentaires. En revanche, la commercialisation via des circuits d'expédition, sur des marchés hautement concurrentiels et étendus d'un point de vue spatial, impose un recours plus important à ces données objectivées, amenant les entrepreneurs à se représenter leurs marchés comme un territoire au sens géométrique du terme.

\*

\* \*

En guise de conclusion de ce chapitre consacré aux entreprises et aux entrepreneurs produisant des fruits et légumes destinés aux marchés du frais, nous reprendrons les principaux résultats obtenus et les présenterons à travers un tableau synthétique qui permettra de faire apparaître trois groupes d'entreprises et d'entrepreneurs par rapport aux types de circuits de commercialisation qu'ils mobilisent dans leur activité (Tableau 22).

Le premier groupe de cette typologie, les *entrepreneurs-paysans*, regroupe des entreprises commercialisant principalement leurs produits, en général des légumes diversifiés en espèces comme en variétés, via des circuits courts. Le recours à des circuits d'expédition correspond à une activité complémentaire et concerne en général un ou deux produits sur des volumes plus importants. Ce sont souvent de petites entreprises qui ont recours à ce type de stratégies commerciales : leur surface est en général inférieure à cinq hectares, elles ont un chiffre d'affaire souvent inférieur à cent mille euros et emploient en moyenne moins de salariés que les deux autres groupes. Parmi ces salariés, il n'est pas rare de trouver des membres de la famille de l'entrepreneur, en tant que main d'œuvre permanente (conjoint.e, enfants) ou ponctuelle (parents). Bien que la part des entrepreneurs de ce groupe n'ayant pas de parents eux-mêmes agriculteurs soit plus élevée que celle des deux autres groupes, la majorité d'entre eux avait au moins un parent agriculteur. Une partie importante des agriculteurs de ce groupe a connu des expériences professionnelles antérieures à l'installation qui fait dans ce cas office de reconversion professionnelle – même si une part importante d'entre eux a suivi un parcours d'installation classique : études agricoles, stages, travail sur l'exploitation avec les parents et reprise à la retraite des parents. C'est au niveau des motivations et de la logique entrepreneuriale qui les anime que les entrepreneurs de ce groupe sont assez différents des autres, puisque leurs stratégies sont pensées en lien avec les nouvelles attentes sociétales vis-à-vis de l'alimentation (démocratiser une agriculture de proximité, logiques de qualité au détriment de la quantité, confiance garantie par le rapprochement des producteurs et des consommateurs, etc.). Les principaux circuits mobilisés par ce groupe sont les marchés et la vente à la ferme. Les Amap, malgré l'éclairage important dont elles bénéficient de la part des sciences sociales (Lamine, 2005 ; Mundler, 2007 ; Lamine, Perrot, 2008) ne représentent qu'un mode de commercialisation marginal, y compris pour ces entrepreneurs – bien que, quand elles sont utilisées, elles contribuent de manière décisive à la réalisation du chiffre d'affaire de l'entreprise. Les contacts de ces agriculteurs sont majoritairement tournés vers les consommateurs et ils entretiennent en moyenne moins de contacts avec leurs collègues-concurrents ou d'autres agriculteurs que les autres, même s'ils investissent certains types d'organisations spécifiques, comme les réseaux de l'AB notamment. De fait, leurs représentations du marché sont principalement construites à partir de sources d'information endogènes à leur activité de vente, ce qui les amène à confondre analyse de la demande et perception des attentes de leur clientèle. Leur expérience marchande est ainsi bâtie à partir d'une logique d'exploration par laquelle ils cherchent, dans le cours de

leurs activités quotidiennes, à se donner des prises sur l'environnement dans lequel ils sont immergés et duquel ils ont du mal à s'extraire.

Le second groupe, celui des *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, correspond à des entreprises pour lesquels les circuits courts représentent entre 25 et 75 % du chiffre d'affaire. Du point de vue des caractéristiques structurelles des entreprises, ce groupe est certainement le moins homogène, puisque l'on y retrouve aussi bien de petites que de grandes exploitations, tant en termes de surfaces exploitées que de taille économique. Parmi elles, on trouve davantage d'entreprises produisant des fruits, qu'elles combinent de manière variable avec des ateliers de production de légumes. Leur gamme d'espèces produite est relativement restreinte, ce qui leur permet notamment une spécialisation des outils de production et une mécanisation plus importante que les entreprises du premier groupe. En termes de diversification variétale en revanche, leur gamme est plus étendue, ce qui leur permet entre autres d'allonger la durée de leurs campagnes de production pour les principales espèces. Ce sont majoritairement des TPE et de petites PME, puisqu'en général elles emploient aux alentours d'une dizaine de personnes. Généralement, les deux personnes du couple travaillent sur l'exploitation, selon un principe de division genré du travail : l'homme travaille aux champs, fait l'entretien du matériel quand la femme se voit déléguer les tâches administratives, voire la vente des produits. La plupart des entrepreneurs de ce groupe avaient des parents agriculteurs, à qui ils ont succédé à leur retraite et après une formation agricole courte. Ils ont principalement recours à des ventes intermédiées, en circuits courts (vente aux GMS, aux épiciers spécialisés, etc.) ou longs (vente aux grossistes, expéditeurs privés, etc.), même s'ils mobilisent aussi fréquemment des circuits de vente directe (à la ferme, sur les marchés). La combinaison de ces systèmes de commercialisation aux exigences différentes en termes d'arbitrages prix-qualité leur permet de jouer sur les écarts d'évaluation entre ces différents circuits pour valoriser au mieux la diversité qualitative de leurs produits et en tirer un profit plus important. Leurs principales sources d'information sur les marchés demeurent les consommateurs, suivis par les professionnels du commerce, même s'ils peuvent mobiliser, de manière variable, des formes de représentation graphiques du marché, soit produites par eux, soit produites par des organisations tierces (Service des Nouvelles du Marché pour la fixation des prix, données de consommation, etc.). Leur rapport au marché est donc assez proche de celui des entrepreneurs du premier groupe, puisqu'ils sont immergés dans un environnement qu'ils explorent continuellement de manière à « sentir » le marché et ses évolutions, bien qu'ils puissent disposer, en plus, de données objectivées leur permettant de se

situer par rapport à la concurrence et de déterminer leurs stratégies de développement sur cette base, du fait notamment de leur mise en concurrence avec des produits issus de bassins de production éloignés géographiquement.

Enfin, le dernier groupe, celui des *managers*, est composé d'entreprises commercialisant principalement leurs productions, en général des fruits, via des OP. Le recours à des systèmes de vente en circuits courts, principalement en vente directe, renvoie à deux types de stratégies différenciées (création d'un atelier de production complémentaire dédié à ce type de ventes, ou valorisation des écarts de tri sans ajout d'un système de production complémentaire). Le panel cultivé est restreint sur une à trois espèces, la culture principale étant le cœur de l'activité productive de ces entreprises, les autres ne correspondant qu'à une stratégie de diversification. Le panel variétal est lui aussi relativement restreint, même si, par souci d'augmenter la durée de campagne de production, les entrepreneurs peuvent l'enrichir. Les entreprises de ce groupe ont en général des surfaces importantes (supérieures à vingt hectares) et classées dans la catégorie des grandes exploitations par rapport à leur chiffre d'affaire. Ce sont en général de petites ou moyennes PME employant une vingtaine de salariés et ayant moins recours que les deux autres groupes à de la main d'œuvre familiale (même s'il n'est pas rare qu'en pratique les membres de la famille, disposant chacun de leur exploitation individuelle, soient associés au sein d'un GAEC). Dans leur très large majorité, ces entrepreneurs avaient aussi des parents agriculteurs, à qui ils ont en général succédé après des études dans le domaine agricole. La logique entrepreneuriale de ce groupe est celle qui tend le plus vers la notion d'agriculture de firme (Olivier-Salvagnac, Legagneux, 2012), marquée par une taille hors-norme, des dispositions financières ou juridiques particulières ou encore un recours moindre à la main d'œuvre familiale. Leur stratégie de développement économique réside dans la spécialisation des productions, le recours à des techniques agronomiques poussées et une mécanisation importante permettant des économies d'échelle et une diminution des coûts de production. Du fait de la délégation des opérations commerciales à des OP, leurs principales sources d'information sur les marchés proviennent de leurs contacts avec des collègues, des fournisseurs de plants, des techniciens, etc. mais surtout de l'accès des entrepreneurs à des données objectivées concernant tant la demande que l'évolution de la concurrence, la montée ou la régression de certaines variétés, etc. Autrement dit, l'expérience marchande de ces entrepreneurs est principalement construite à partir d'une représentation du marché comme d'un territoire, d'un

espace géométrique dans lequel le travail entrepreneurial consiste à se placer afin de déterminer les stratégies productives et commerciales.

Ces trois groupes ont des caractéristiques et des représentations marchandes distinctes. Nous avons cherché à montrer que l'entrepreneuriat, en fruits et légumes, mettait en jeu une diversité de profils, de trajectoires et de rapports au marché. De ce point de vue, les plus « petits » dans le marché ont souvent du mal à définir leurs stratégies autrement qu'en mobilisant des sources d'information endogènes à leur activité, tandis que les *managers* et, dans une moindre mesure, les *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, peuvent combiner des sources d'information endogènes et exogènes à leur activité, leur permettant de se représenter leurs marchés à partir d'un point de vue décentré et surplombant.

Comme nous le verrons dans le chapitre suivant, les *managers* mobilisent ces sources d'information exogènes et leurs représentations du marché comme des ressources critiques vis-à-vis de la valorisation politique dont fait aujourd'hui l'objet le développement des circuits courts de proximité, arguant du fait qu'ils ne représentent qu'une niche au sein de l'économie de la filière. De fait, dans le gouvernement de la filière, ces entrepreneurs occupent souvent des positions de *titulaires* qui cherchent à remettre en question l'intérêt du développement des circuits courts de proximité et investissent principalement des échelles de gouvernement supra-locales. A l'inverse, les entreprises les plus concernées par la commercialisation via des circuits courts de proximité sont aussi celles qui peinent le plus à influencer le gouvernement de la filière autour de la prise en charge de ces modes de commercialisation au-delà des arènes de décision locales.

**Tableau 22 : Récapitulatif des profils d'entreprises produisant des fruits et légumes en fonction de leur orientation commerciale**

	Entrepreneurs-paysans	Entrepreneurs traditionnels fragilisés	Managers
Orientation productive	Maraîchage diversifié, diversification fruits	Fruits (dominants), légumes en diversification	Fruits et possibles légumes en diversification
Diversification productive	Forte (espèces et variétés)	Moyenne (espèces) et forte (variétés)	Faible (espèces), moyenne à forte (variétés)
Surfaces	Moins de 5 ha	10 à 20 ha	Plus de 20 ha
Taille	Petite	Petite à grande	Grande
Nb de salariés	Moins de 5	De 5 à 20	Plus de 20
MO familiale	Souvent	Souvent	Rarement
Parents agriculteurs	Souvent	Presque tout le temps	Presque tout le temps
Trajectoire sociale	Installation après reconversion professionnelle fréquente	Installation après études et succession parents	Installation après études et succession parents
Orientation commerciale	Circuits courts dominants, circuits d'expédition complémentaires	Equilibre circuits d'expédition et circuits courts	Circuits d'expédition dominants, circuits courts complémentaires
Type de circuits mobilisé	Vente directe	Vente indirecte, CL	Circuits coopératifs
Contacts professionnels	Consommateurs	Professionnels du commerce	Collègues-concurrents
Information sur les marchés	Endogènes	Endogènes	Exogènes
Localisation des marchés	Marchés locaux	Combinaison marchés locaux et étendus	Marchés étendus
Représentation du marché	Environnement à explorer	Environnement à explorer	Territoire à formaliser

## CHAPITRE 4 : LES CIRCUITS COURTS DE PROXIMITE, UNE NOUVELLE REGULATION TRANS-INDUSTRIELLE EN COURS DE STABILISATION

Depuis le début des années 2000, la commercialisation des produits agricoles cristallise une partie des débats internes au monde agricole et des rapports qu'il entretient avec la société civile, du fait du travail politique de reconnexion des problématiques agricoles et alimentaires réalisé par certains groupes d'acteurs à la marge du gouvernement du secteur (Joly, Paradeise, 2003). Jusqu'à présent en effet, les problèmes construits et identifiés par *titulaires* du gouvernement, à l'échelle française comme européenne, ont été cadrés principalement par rapport aux problématiques du soutien des prix et des revenus agricoles et de la protection du marché communautaire. En revanche l'organisation concrète des modalités de la commercialisation des produits a globalement été laissée hors du spectre d'intervention politique, à l'exception de la création des groupements de producteurs en 1962. Par conséquent, le gouvernement des rapports de distribution ne faisait pas l'objet de débats publics, et les enjeux problématisés par les acteurs demeuraient essentiellement confinés au sein des arènes de décision internes aux entreprises.

Cependant, aujourd'hui, les enjeux associés à la commercialisation des produits agricoles sont de plus en plus construits comme des problèmes politiques et font irruption dans l'espace public. Dans ce chapitre, nous ne chercherons pas à retracer la carrière des logiques de publicisation des enjeux associés au raccourcissement des chaînes de distribution des produits agricoles, faute de matériau. Toutefois, en nous appuyant sur les travaux consacrés aux modes de commercialisation des produits agricoles, qui se sont multipliés depuis le début des années 2000, nous pouvons brièvement rendre compte de ces dynamiques. Le regain d'intérêt pour la commercialisation des produits agricoles correspond à au moins deux types de problématiques distincts.

Le premier, porté par les acteurs traditionnels du gouvernement du secteur agricole (ministère de l'Agriculture, syndicats majoritaires, etc.) renvoie à la mise en lumière d'un problème de rémunération des agriculteurs par le marché. Dans un contexte marqué par la baisse des soutiens publics à l'agriculture qui permettaient de compenser des niveaux de prix peu élevés, la question des prix agricoles se pose avec d'autant plus d'acuité que la concentration des industries agroalimentaires et des enseignes de distribution continue d'attiser les craintes d'une partie des mondes agricoles quant à la baisse de leurs revenus. Le second, porté par des acteurs marginalisés dans le gouvernement du secteur agricole

(syndicats minoritaires, réseaux de l'agriculture paysanne ou biologique) fait du raccourcissement des chaînes de distribution des produits agricoles une critique en actes du modèle de développement agricole dominant. De ce point de vue, la promotion de ces chaînes de distribution raccourcies semble se poser en alternative à ces modèles de développement encourageant l'intensification des modes de production et la distanciation sociale, culturelle et géographique entre agriculteurs et consommateurs.

Dans ce contexte, un travail est entrepris par des acteurs privés et publics, individuels et collectifs, autour de la prise en charge de la commercialisation des produits agricoles, avec pour objectifs de promouvoir et structurer des circuits de distribution reposant sur la valorisation de relations de proximité géographique et / ou relationnelle entre producteurs et consommateurs. Le regain d'intérêt pour ces modes de commercialisation associant innovation et tradition (Dubuisson-Quellier, Le Velly, 2008) a souvent été expliqué comme la conséquence de la rencontre entre une offre et une demande de produits alimentaires de qualité différenciée de l'offre conventionnelle et standardisée disponible dans les grandes surfaces (Merle, Piotrowski, 2012). Cependant, en se centrant sur la réorientation des préférences des consommateurs vers des produits de qualité ou la recherche d'une meilleure valorisation économique de leurs produits par les agriculteurs, ce type d'explication laisse de côté le travail collectif visant à (re)légitimer ces nouvelles manières d'envisager la distribution des produits agricoles.

En effet, la problématique de la commercialisation des produits agricoles est aujourd'hui saisie par un spectre élargi d'acteurs, allant des pouvoirs publics (Guiomar, 2013 ; Capt et al., 2014 ; Naves, 2016) aux consommateurs (Lamine, Dubuisson-Quellier, 2004 ; Lamine, Perrot, 2008) en passant par les organisations professionnelles agricoles (Deléage, 2011 ; Dumain, Maurines, 2012), les Chambres d'agriculture (Olivier, 2012) et les scientifiques (Paranthoën, 2015), sans que ces acteurs n'assignent aux circuits courts les mêmes significations ou la même place au sein des systèmes de distribution agroalimentaires globalisés. Ainsi, dans ce contexte, si les « circuits courts » deviennent une catégorie générique d'action publique stabilisée permettant aux acteurs de former des anticipations et coordonner leurs actions en vue d'agir sur le développement de ces modes de commercialisation, ils n'en demeurent pas moins l'objet de conflits de définition et de luttes juridictionnelles entre des groupes désirant s'arroger le monopole de la définition des enjeux qui y sont associés.

Afin de rendre compte de ces luttes autour de l'institutionnalisation et de la légitimation de nouveaux modes de distribution des produits agricoles, nous commencerons par présenter la manière dont ils ont été marginalisés au sein des arènes professionnelles agricoles. Nous montrerons que leur (re)légitimation peut être analysée à l'aune d'une reconfiguration des relations de pouvoir entre *titulaires* et *challengers* du gouvernement sectoriel (Fligstein, 2001a) dans le cadre d'une reproblématisation des enjeux du développement sectoriel. De ce point de vue, la revalorisation des circuits courts au sein des arènes professionnelles pose la question de l'émergence et de l'institutionnalisation d'un pluralisme en matière de développement agricole. Toutefois, cette remise en question demeure, dans un premier temps au moins, cantonnée au sein des arènes professionnelles.

Dans une seconde partie, nous nous intéresserons au passage de la prise en charge des questions liées à la commercialisation des produits agricoles des arènes professionnelles aux arènes *a priori* contrôlées par les acteurs publics. Nous reviendrons en particulier sur une étape décisive dans la définition et la mise en œuvre d'une politique publique visant à encadrer et développer les circuits courts à l'échelle nationale. Il s'agit de la constitution d'un groupe de travail composite par le ministre de l'Agriculture M. Barnier en 2009 réunissant les représentants du monde agricole, des chercheurs, des associations, des collectivités territoriales, des représentants du commerce et des filières (dont celle des fruits et légumes) pour travailler à la formulation de propositions en vue d'établir un plan d'action national. A partir de l'analyse de ces propositions, nous montrerons quels sont les acteurs qui ont eu une influence décisive sur l'orientation de la future politique publique et la formulation des enjeux auxquels elle était censée répondre.

Enfin, en nous replaçant à l'échelle de l'Aquitaine et de la Gironde en particulier, nous reviendrons sur la manière dont cette politique a été déclinée et mise en œuvre territorialement, à l'échelle d'un département, par un ensemble d'acteurs définissant des instruments d'intervention en vue de développer et structurer ces modes de commercialisation. Dans cette section, nous mettrons en avant le rôle des collectivités infradépartementales dans le gouvernement territorial des circuits courts, en montrant qu'elles sont de plus en plus amenées à assumer des fonctions d'intermédiaires marchands entre producteurs et consommateurs, en cherchant à agir aussi bien sur l'offre de produits que sur la demande.

La vocation de ce chapitre sera donc de présenter la manière dont les enjeux associés à la commercialisation des produits agricoles sont problématisés (et par qui) et les formes de

gouvernement territorial qu'implique ce cadrage. Si les normes et réglementations encadrant le développement des circuits courts de proximité sont traduites d'une manière spécifique au sein de chaque filière, en fonction des relations de pouvoir instituées entre les acteurs qui les composent, elles ont également une matrice commune et générale pouvant être appréhendée comme une *régulation trans-industrielle*.

## **1. De la marginalisation professionnelle des circuits courts à leur redécouverte**

Nous chercherons dans cette section à montrer comment, entre les années 1990 et la fin des années 2000, les acteurs gouvernant le secteur agricole, qui avaient marginalisé les circuits courts en arguant de leur « archaïsme » et de leur « inadaptation » aux exigences du commerce concentré, redécouvrent ces modes de commercialisation que, dans une certaine mesure, ils encouragent même. Par exemple, le réinvestissement des circuits courts par les organisations professionnelles se traduit par la nécessité de faire évoluer les compétences professionnelles des conseillers agricoles, ainsi que les référentiels technico-économiques permettant d'évaluer la viabilité des projets. De ce point de vue, l'ouverture d'un débat professionnel autour des circuits courts se traduit par la reconfiguration des relations de pouvoir entre *challengers* et *titulaires*.

### **1.1. Les circuits courts, des modes de commercialisation historiquement marginalisés par la profession agricole**

Entre 1960 et 2010, les circuits de vente directe (sur les marchés, à la ferme, etc.) ont fini par atteindre un poids marginal dans la distribution des produits agricoles. Ainsi, en 1995 les ventes directes de fruits et légumes représentaient à peine 4 % de la valeur des achats des ménages (Vernin, 1998). En 2010, les ventes réalisées par des producteurs-vendeurs à des consommateurs et / ou à des commerçants représentaient environ 4 % de la valeur des achats réalisés par les ménages français<sup>72</sup>. De manière générale, les circuits courts représentaient en 2010 seulement 1,5 % de la consommation alimentaire des ménages en France, soit un chiffre d'affaires estimé à 2,5 milliards d'euros<sup>73</sup>.

Cependant, malgré un poids extrêmement faible dans l'économie générale des filières, ces modes de commercialisation demeurent pourtant assez répandus, puisqu'en 2010 21 % des exploitants agricoles utilisaient au moins un circuit court pour commercialiser tout ou

---

<sup>72</sup> Source : Infos Ctifl, avril 2012, n° 280, p. 23

<sup>73</sup> Source : Xerfi, « Les circuits courts dans l'alimentaire – Vue d'ensemble du marché et tendances d'évolution à l'horizon 2015, panorama des forces en présence », 2010

partie de leurs produits. Cependant, de fortes différences subsistent d'une filière à l'autre : 50 % des exploitants ayant des ruches utilisaient en 2010 au moins un circuit court, pour les producteurs de légumes ce nombre passait à 46 %, à 26 % pour les arboriculteurs, à 9 % pour les producteurs de volailles et d'œufs et à 8 % pour les producteurs laitiers.

En plus de concerner un nombre d'exploitations non négligeable, les circuits courts sont loin d'être anecdotiques dans le chiffre d'affaire d'une partie d'entre elles, comme nous l'avons montré dans le chapitre précédent pour les producteurs de fruits et légumes. En effet, le recensement agricole de 2010 a permis de montrer que 40 % des exploitations vendant leurs produits via un ou des circuits courts réalisaient les trois quarts de leur chiffre d'affaire grâce à eux. Malgré ces quelques chiffres montrant que les circuits courts sont loin de représenter des modes de commercialisation en voie de disparition, ils ont aujourd'hui un poids économique très faible dans la commercialisation des produits agricoles, et ce alors qu'ils semblent répondre à une demande exprimée par un nombre croissant de consommateurs désireux de renouer des liens sociaux et culturels avec les agriculteurs et de contourner les systèmes de distribution conventionnels (Kirwan, 2004 ; Lamine, Perrot, 2008 ; Blanc, 2012).

La marginalité de la vente directe dans les systèmes de distribution des produits agricoles peut être analysée comme une des conséquences du gouvernement du secteur agricole ayant contribué à sédimer des représentations, des règles et des normes définissant des modèles professionnels qui ont délégitimé et stigmatisé les pratiques déviantes par rapport à la norme dominante. Nous interprétons ceci comme le résultat d'un rapport de force favorable aux défenseurs d'une agriculture « productive » réalisée par des agriculteurs professionnels spécialisés et orientés par une logique de volume et de réduction des coûts grâce à la mécanisation du travail. Cette conception du métier d'agriculteur renvoyait au projet de modernisation du secteur qui nécessitait de professionnaliser les exploitants agricoles, en les spécialisant sur des activités de production qui allaient en se technicisant et en externalisant les activités liées à la commercialisation des produits :

« En effet, contrairement à une certaine rhétorique qui fleurissait à l'époque, la mutation des années soixante n'a pas transformé les paysans français en entrepreneurs [...]. Bref, dans l'exploitation agricole modernisée, la fonction commerciale est externalisée, exclue du référentiel professionnel comme le montre l'absence de filières de formation dans ce domaine » (Muller, 1990, p. 22-23).

Ce modèle professionnel visant à recentrer les agriculteurs sur les activités de production définies comme leur cœur de métier s'est trouvé renforcé par la création des groupements de producteurs. Dans ce contexte, les agriculteurs ne pouvant pas ou ne souhaitant pas ajuster leurs exploitations aux nouvelles normes d'excellence professionnelle (et pour qui la vente directe représentait généralement un mode central de commercialisation de leurs produits) ont été incités à quitter la profession, notamment grâce aux Indemnités viagères de départ prévues dans le cadre de la loi d'orientation de 1962 pour accélérer la concentration du secteur. De fait, les exploitations vendant leurs produits directement aux consommateurs ne correspondaient plus au modèle que cherchaient à imposer les organisations professionnelles dominantes et sont devenues « signes d'exploitations hors-norme » (Dumain, Maurines, 2012, p. 217). Néanmoins, si la vente directe a été, entre 1960 et 1980, marginalisée par les acteurs dominant le gouvernement du secteur agricole et de la filière des fruits et légumes frais, elle n'en a pas disparu pour autant. De plus, l'externalisation de la fonction commerciale n'a pas touché l'ensemble des exploitations, en particulier dans la filière des fruits et légumes frais où certains produits, comme la salade ou la cerise, sont restés très largement commercialisés par des structures individuelles, du fait de la difficulté à les stocker en raison de leur caractère périssable (Tableau 1).

**Tableau 1 : Part des volumes de fruits et légumes commercialisés via des groupements de producteurs**

Production	%
Chou-fleur	90
Artichaut	73
Pêche	71
Prune	52
Tomate	50
Cerise	29
Melon	22
Salade	17

*Source : Vernin (1998), tiré de ZFCOFEL, SCEES et élaboration CTIFL sur la base des moyennes de 1993 à 1995*

Qui plus est, nombre de producteurs, dont certains correspondaient effectivement au modèle professionnel encouragé par les *titulaires* – ou en tout cas ne défendaient pas un modèle de développement agricole en rupture avec les normes dominantes, sont restés attachés à la commercialisation sur les marchés de gros où ils vendaient directement aux commerçants-détaillants ou aux supérettes, sans passer par des intermédiaires.

La marginalisation professionnelle des circuits courts correspond ainsi à une époque et à la manière dont les acteurs dominant le gouvernement du secteur agricole – les *titulaires* – se représentaient les exploitations agricoles « modernes ». La (dé)légitimation de certaines orientations technico-économiques renvoyait autrement dit à une conception instituée par les organisations professionnelles dominantes du métier d'agriculteur. Cependant, au cours des années 1990, ces normes d'excellence professionnelle sont apparues en décalage croissant par rapport aux attentes exprimées par la société civile et les pouvoirs publics quant à la place et au rôle de l'agriculture dans la société (Joly, Paradeise, 2003).

Dans le même temps, un certain nombre de pratiques innovantes portées depuis les marges de la profession agricole par des organisations alternatives – les *challengers* – se sont stabilisées autour de systèmes de vente directe (accueil à la ferme, boutiques de producteurs), incitant les *titulaires* à redécouvrir et se réappropriier ces modes de commercialisation qu'ils avaient eux-mêmes exclus de leurs référentiels. Ce faisant, ils tentent aujourd'hui encore d'encadrer et normaliser ces pratiques qu'ils ont encore du mal à évaluer d'un point de vue technique et économique, mais dont ils perçoivent l'intérêt en termes de maintien d'activités agricoles dans les zones périurbaines et d'amélioration de l'image de l'agriculture et des agriculteurs vis-à-vis des consommateurs-citoyens et des pouvoirs publics, en particulier des collectivités territoriales qui deviennent des partenaires importants de la territorialisation des politiques agricoles.

## **1.2. Les circuits courts, un modèle de développement alternatif ou complémentaire au système dominant ?**

Dès le milieu des années 1980, le modèle de développement agricole dominant et standardisé entre en crise (instabilité des prix, baisse tendancielle de la qualité, crises identitaires liées à la dévalorisation sociale du métier d'agriculteur, etc.). Dans le même temps, certains chercheurs font le constat que certaines formes d'agriculture (biologique, paysanne, fermière, durable), pourtant exclues des référentiels dominants et développées par des acteurs et des organisations agissant en marge de la profession, font preuve d'une « étonnante » capacité de résistance à l'ensemble de ces crises. Cette résistance tient notamment au fait que ces modèles reposent sur la valorisation maximale des produits en aval et que, dans ces exploitations, « les exigences de la fonction commerciale tendent à hiérarchiser toutes les autres fonctions, à commencer par la fonction productive, et à structurer l'ensemble du système d'exploitation » (Muller et al., 1989, p. 32). Cette situation ne va pas sans interroger les *titulaires* du gouvernement du secteur qui avaient délaissé ces modes de

commercialisation alors jugés archaïques et inadaptés aux exigences de la distribution moderne, globalisée et standardisée.

Les organisations occupant une place de *challengers* dans le gouvernement du secteur vont se saisir de ces circuits courts pour mettre en avant les limites du modèle de développement agricole dominant et y proposer des alternatives sur la base de la valorisation de ces systèmes reposant sur la vente en circuit court. Face à cette nouvelle problématisation du développement agricole et aux nouvelles demandes de leurs adhérents qui cherchent à développer ces modes de commercialisation, les organisations dominantes développent leurs propres circuits de vente directe, qu'elles envisagent comme des circuits complémentaires aux circuits organisés, sans remettre en cause les modèles de développement institutionnalisés.

### **1.2.1. Les challengers et les circuits courts : la promotion d'un modèle de développement agricole alternatif**

Entre la fin des années 1970 et le début des années 1990 le modèle de développement agricole défendu par l'Etat et les organisations professionnelles dominantes se trouve de plus en plus critiqué, notamment par des organisations qui se présentent comme des *challengers* du secteur et prônent un modèle de développement défini par son opposition au projet technicien de l'agriculture conventionnelle et à un pilotage des systèmes de production et de commercialisation par les normes (Deléage, 2011). Ces organisations renvoient à deux types de mouvements, les différents réseaux de l'Agriculture Biologique (AB)<sup>74</sup> et ceux de l'agriculture paysanne<sup>75</sup>, dont les positions par rapport au modèle de développement agricole dominant et les modes d'organisation sont assez proches, du moins dans un premier temps<sup>76</sup>.

Face à la spécialisation et à la concentration des systèmes de production intensifs organisés verticalement autour de coopératives, dont les produits sont destinés à être distribués sur des marchés étendus, ces *challengers* prônent une agriculture moins intensive, intégrée à son environnement économique, social et environnemental, réalisée par des paysans

---

<sup>74</sup> Organisés localement autour des Centres d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural (Civam) et de Groupes d'Agriculteurs Biologiques (GAB), ces organisations locales disposent désormais d'une Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique (FNAB) qui porte les revendications du mouvement à l'échelle nationale et organise la coordination des actions du réseau.

<sup>75</sup> De même, les réseaux de l'agriculture paysanne sont portés localement par des associations comme les Associations de Formation Collective à la Gestion (AFOCG) ou les Associations de Développement Agricole et Rural (ADEAR) et bénéficient d'instances de représentation nationale comme la Fédération des ADEAR (FADEAR). Les réseaux de l'agriculture paysanne sont situés à gauche de l'échiquier politique et sont proches du syndicalisme minoritaire représenté par la Confédération paysanne.

<sup>76</sup> F. Olivier constate à ce propos un mouvement récent de différenciation de la part des acteurs de l'AB vis-à-vis du reste des autres acteurs alternatifs. Les premiers tentent de faire reconnaître leur expertise technique et économique dans le champ de la commercialisation des produits labellisés en AB, celle-ci ne se limitant désormais plus à la thématique des circuits courts.

vendant eux-mêmes leurs produits, bruts ou transformés, aux consommateurs. Au cours des années 1990, ces organisations se professionnalisent et recrutent des salariés dont les profils sont moins ceux de techniciens de développement agricole classiques que d'animateurs en charge de créer des espaces de discussion et d'échanges techniques entre agriculteurs.

En effet, au début des années 1990 et jusque dans les années 2000, les Chambres d'agriculture se désintéressent encore de ces agricultures alternatives qu'elles méconnaissent et refusent d'accompagner techniquement, comme le montre M. Samak pour les producteurs biologiques du Rhône-Alpes (Samak, 2013). Une partie de ces producteurs hors-normes se tourne alors vers ces organisations alternatives qui prennent leurs projets au sérieux et leur offrent un conseil technique approprié à leurs besoins. Les réseaux qui se constituent aux marges de la profession et les organisations qui les soutiennent permettent également la diffusion de « bonnes » pratiques culturelles ou d'innovations techniques et commerciales (Olivier, 2012). Ils font en tout cas émerger des formes de régulation professionnelle portant notamment sur l'exercice de la vente directe. Alors que ces modes de commercialisation relevaient essentiellement jusqu'alors de pratiques individuelles et isolées, la création de réseaux d'entraide technique, administrative et commerciale permet d'homogénéiser les conditions d'exercice professionnel des agriculteurs du groupe. En outre, ces réseaux permettent aux agriculteurs de produire et stabiliser des règles collectives encadrant les systèmes de vente directe (évitement de la concurrence entre participants, intégration progressive des nouveaux arrivants, etc.)<sup>77</sup>.

La critique du productivisme réalisée par ces acteurs les amène à développer des expériences de terrain qui se présentent comme des alternatives pratiques au modèle professionnel défendu par les *titulaires* (Dumain, Maurines, 2012). Ces initiatives à la marge du modèle professionnel dominant se centrent notamment sur la valorisation maximale des produits en aval grâce à la transformation et à la vente directe pour compenser les handicaps liés à la faible surface des exploitations, leur isolement ou la nature de leur terrain (Muller, 1990). De fait, les *challengers* cherchent à montrer la pertinence des circuits courts pour la pérennisation de ces petites exploitations. Ces organisations alternatives les construisent donc comme des solutions économiques viables permettant de maintenir sur le territoire un nombre

---

<sup>77</sup> Cependant, comme le fait remarquer Dondeyne, « les règles concernant l'exercice commercial de la vente directe ne figurent pas dans les statuts et ne sont pas assorties de sanctions ou d'interdictions. [...] Dépourvus de caractère formel et juridique, les principes et règles adoptées relèvent d'une régulation informelle par leur portée dans la répartition des débouchés » (Dondeyne, 2012, p.193).

important de petites exploitations produisant selon des logiques de qualité et de respect de l'environnement et rémunérées de manière équitable par rapport à cette qualité :

*« [...] on est en fait dans une vision de l'agriculture que l'on veut développer quoi. C'est-à-dire, répartir les volumes de production, ça veut dire des paysans nombreux sur un territoire. Dynamiser les territoires ruraux, pour nous et pour le syndicat qui est associé, ben... euh il faut... trois petites fermes valent mieux qu'une grosse usine quoi. Et pour nous, tout est lié. C'est pour ça aussi qu'on parle de démarche. Quand on a une ferme à taille humaine, que l'on peut travailler dans un lieu agréable, que l'on a dimensionné pour que ce soit viable mais pas trop gros, eh ben on peut travailler sur la qualité de ses produits plus que sur les volumes de production. Et travailler sur la qualité de ses produits, ça veut dire être en lien avec son territoire, être fier de son produit... Et ce que je voulais dire aussi, c'est que du coup on peut travailler, quand on est sur cette taille qui est adéquate, on peut aussi travailler sur la valorisation, ça passe par un prix juste qui est vraiment le point crucial de la vie de ce métier, parce qu'il faut que ce soit un métier dont on vit. » (OPA9)*

En termes de débouchés valorisés, ces organisations, depuis le début des années 1990, appuient techniquement, voire financièrement (dans la mesure des financements des collectivités territoriales ou de l'Etat mis à leur disposition) la création de points de vente à la ferme ou de boutiques collectives destinées à commercialiser les produits de plusieurs exploitations directement aux consommateurs. Ces démarches collectives de commercialisation en vente directe transcendent les logiques de filière instituées dans lesquelles des producteurs s'associent pour proposer des volumes plus importants d'un même produit et ainsi rééquilibrer les rapports de force avec les clients.

Au contraire, ces démarches reposent sur l'association de productions complémentaires (fruits et légumes, viande, volaille, produits laitiers, etc., produits bruts ou transformés) permettant d'élargir la gamme des produits proposés aux clients, et mettent en jeu des formes de régulation professionnelle plus ou moins implicites, portant notamment sur l'accès au marché des nouveaux entrants dans ces démarches collectives, de manière à éviter la mise en concurrence des plus anciens (Chiffolleau, 2009 ; Dondeyne, 2012). Plus récemment et suivant les mêmes principes (complémentarité des productions, régulation des relations concurrentielles, sélection des participants sur la base de relations de proximité géographique), des initiatives portées par les acteurs de l'AB ont cherché à développer des plateformes d'approvisionnement de la restauration collective en produits biologiques.

A l'heure actuelle cependant, certaines divergences se font jour entre les représentants de l'agriculture paysanne et ceux de l'AB, notamment sur la question de la commercialisation des produits agricoles et des circuits courts. En effet, les seconds réinvestissent des modèles de distribution (GMS et centrales d'achat) et de structuration (en se constituant en interprofessions régionales et nationales) conventionnels, notamment du fait de l'institutionnalisation par les pouvoirs publics de logiques de gouvernement centrées sur le développement de filières territoriales.

Au-delà de ces divergences (dont il ne faut pourtant pas sous-estimer la portée), la critique en pratiques du modèle professionnel dominant se traduit à partir des années 1990 par l'institutionnalisation et la progressive reconnaissance par les organisations professionnelles d'un nouveau métier structuré autour de la vente directe, celui d'« entrepreneur rural » (Muller et al., 1989). Celui-ci apparaît comme une solution permettant de maintenir sur le territoire de petites exploitations multifonctionnelles répondant aux exigences du développement durable. La stabilisation de cette nouvelle identité professionnelle ainsi que l'intérêt pour ces démarches d'un nombre croissant de consommateurs et de producteurs déçus par le modèle de développement agricole dominant forcent les *titulaires* qui avaient contribué à marginaliser ces modes de commercialisation à s'en emparer et à développer leurs propres démarches de valorisation des produits en vente directe.

### ***1.2.2. L'encadrement des circuits courts par les titulaires : de la redécouverte à la normalisation***

La fin des années 1990 et le début des années 2000 ont ainsi été marqués par la progressive réapparition de la question de la commercialisation en circuits courts au sein des instances traditionnelles du développement agricole que sont les Chambres d'agriculture. A ce moment, les circuits courts demeurent pour ces acteurs une agriculture « de vitrine », complémentaire de l'économie des filières. Autrement dit, c'est plus le rôle de valorisation de savoir-faire et de terroirs locaux qu'ils peuvent jouer que leur dimension économique qui, dans un premier temps, intéresse ces acteurs et les amène à se saisir de ces démarches. C'est ainsi d'abord par les démarches d'agritourisme et d'accueil à la ferme que les Chambres consulaires intègrent les circuits courts dans leurs programmes d'action, au moment où la profession commence à s'intéresser à ces démarches généralement portées par des agriculteurs à la marge des référentiels professionnels dominants. C'est en tout cas le récit qui nous est fait par un des responsables de la Chambre d'agriculture de la Gironde :

*« Au niveau de l'activité promotion et agritourisme, la première activité ça a été véritablement l'agritourisme. Bon, c'était dans les années 90, c'était à l'époque une nouvelle activité. Ça ne voulait pas dire qu'il n'y avait pas d'agriculteurs qui fassent de l'agritourisme avant, mais c'est dans le milieu des années 90, en 95, 96, qu'en fait la profession agricole a eu peut-être un autre regard par rapport à ces activités touristiques. » (OPA8)*

Dans un premier temps, les aspects liés à la commercialisation des produits sont mis au second plan de l'accompagnement proposé par les techniciens des Chambres d'agriculture. L'enjeu premier est, en effet, de professionnaliser les projets d'accueil des visiteurs qui sont encore relativement simples. Ce n'est que dans un second temps que les producteurs et les techniciens des Chambres d'agriculture intègrent à cette offre de services la création de points de vente à la ferme permettant de valoriser en vente directe une partie de leurs produits (fruits et légumes, viande, volailles, produits transformés, etc.). Rapidement, ces démarches sont labellisées et institutionnalisées par la création d'une marque nationale détenue par l'Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture (APCA), *Bienvenue à la ferme*, permettant d'identifier les exploitations pratiquant la vente directe sur l'exploitation :

*« Donc le premier pan a été de se positionner véritablement dans l'accompagnement des agriculteurs dans leur projet d'accueil qui était simple à l'époque. On travaillait sur des produits ferme-auberge, ferme équestre, camping et puis hébergement. Aujourd'hui, l'offre a été multipliée par trois ou par quatre, mais à l'époque, notre cœur d'activité c'était ça avec le conseil global auprès des agriculteurs, le conseil technique et puis après les aspects de promotion, de commercialisation au travers de la marque Bienvenue à la ferme. » (OPA8)*

Dans un second temps, au début des années 2000, forte de son expérience en matière d'accueil à la ferme et d'un regain d'intérêt de la part des producteurs pour la notion de marché, au moment où de nouveaux systèmes de vente directe comme les Amap se développent (là encore, sans l'appui des Chambres d'agriculture, voire même en opposition avec les modèles d'installation et de développement qu'elles défendent), la Chambre d'agriculture de la Gironde va s'intéresser à l'organisation de marchés de producteurs labellisés :

*« Après, au début des années 2000, en 2001-2002, on a commencé à s'intéresser aux notions de marché. Parce qu'on avait une demande d'agriculteurs qui souhaitaient... revenir, ou peut-être créer des marchés... C'est vrai que chez nous on avait peut-être*

*abandonné ce type de distribution. Donc on a réfléchi un petit peu et on a... ça a abouti en 2004 sur l'organisation de nos premiers Marchés de Producteurs de Pays, sachant que la marque a été créée en Aveyron en 2001 et nous on l'a déclinée sur le département en 2004. » (OPA8)*

Ces marchés sont pensés et présentés comme des vitrines permettant de valoriser les agriculteurs locaux, grâce au dépôt d'une marque *Marchés de Producteurs de Pays* (MPP), elle aussi détenue par l'APCA depuis 2007. Ce sont des marchés festifs, proposant généralement une activité de restauration sur place, pendant la saison estivale. Du fait de cette saisonnalité, ils ne permettent pas à des exploitations agricoles d'en tirer la source principale de leurs revenus et fonctionnent donc comme des circuits de commercialisation complémentaires permettant d'écouler une proportion plus ou moins importante de leur production.

En Gironde et dans le Sud-Ouest, ces deux réseaux labellisés sont particulièrement bien implantés, du fait du fort attrait touristique de la région, notamment en période estivale. Mais, jusqu'à la fin des années 2000, la dimension économique de ces circuits de commercialisation n'est que faiblement affirmée et les responsables des Chambres d'agriculture les envisagent avant tout comme des instruments de diversification des revenus agricoles, plutôt que comme de véritables modèles de développement et de pérennisation des exploitations. Mais, face au succès rencontré par ces marchés dans certains départements touristiques comme la Gironde, les techniciens de la Chambre d'agriculture sont amenés à les envisager comme de véritables débouchés commerciaux pour certaines catégories de producteurs (éleveurs, viticulteurs, etc.) ayant l'habitude de proposer des produits transformés et / ou des plats cuisinés :

*« Après qu'il y ait pas beaucoup de maraîchers... Le prix de revente, je veux dire, c'est pas là qu'on fait le plus de plus-value. Le producteur qui va vendre des magrets, des choses comme ça, oui. Un producteur qui va vendre un kilo de carottes, pas trop. Sauf qu'on leur demande des produits pour la restauration, donc un maraîcher on va lui demander de proposer des choses. Donc il va faire des gratins, il va faire, ça lui demande beaucoup de temps. Du coup y en a, mais est-ce que le retour en vaut vraiment la peine ? [...] Mais c'est un nouveau débouché commercial pour certains. Y en a qui ont des fermes-auberge, donc pour eux c'est aussi un moyen de faire du chiffre, mais aussi de faire venir des gens sur la ferme-auberge. Y en a qui ont pas de points de vente, donc c'est hyper important pour eux de pouvoir vendre leurs produits. [...] Pour certains au début, c'était surtout une action complémentaire, en plus quoi. Maintenant*

*c'est une grande partie de leur chiffre, surtout sur l'été où ils font rien d'autre, ils font que les MPP. » (OPAI)*

De manière similaire aux régulations informelles mises en œuvre dans le cas de certains réseaux de vente directe (Chiffolleau, 2009 ; Dondeyne, 2012), on retrouve dans ceux-là des régulations, plus ou moins formalisées, concernant l'attribution des marchés aux producteurs, l'évitement des relations de concurrence, la fixation des prix, etc. :

*« Donc [l'attribution des marchés] c'est pas à la tête du client, c'est vraiment avec des règles précises, l'ancienneté est prise en compte, si untel a participé au fonctionnement depuis l'origine, évidemment il est prioritaire. Le secteur géographique, enfin... la priorité géographique. Y a un certain nombre de critères donc. Le nombre de producteurs, faut pas qu'il y en ait trop, sur tel ou tel produit, pas trop de doublons. » (OPAI)*

Ces opérations de sélection sont cogérées par les producteurs ayant le plus d'expérience dans ces démarches et une technicienne de la Chambre d'agriculture qui attribuent les marchés aux producteurs ayant posé leur candidature lors d'une commission annuelle. Par ailleurs, un certain nombre de régulations formelles existent qui visent à encadrer les niveaux de prix. Ainsi, le prix de vente sur ces marchés doit être équivalent à celui fixé pour les autres circuits de vente directe par lesquels un producteur commercialise ses produits. De même, le prix des plats cuisinés doit s'inscrire dans une fourchette de prix permettant aux consommateurs de multiplier les achats chez plusieurs producteurs afin « *de faire travailler tout le monde* ». Enfin, les adhérents de ces réseaux sont tenus au respect d'un cahier des charges (fonctionnant en fait plutôt comme un guide de bonnes pratiques) et d'un règlement intérieur dont le non-respect peut entraîner l'éviction de la marque.

La redécouverte par les Chambres d'agriculture de la fonction économique de ces modes de commercialisation pour certaines catégories d'exploitation a incité certaines d'entre elles à étendre et diversifier leurs réseaux de producteurs en vente directe, en s'appuyant notamment sur les réseaux déjà constitués de producteurs labellisés *Bienvenue à la ferme* ou *Marchés de Producteurs de Pays*. Ainsi, les Chambres d'agriculture ont repris et développé en les labellisant, depuis la fin des années 2000, un certain nombre de concepts de vente directe comme les boutiques de producteurs, la préparation de paniers maraîchers (sur le modèle de ce qui existe dans les Amap) ou la vente en ligne de produits issus des exploitations agricoles.

Depuis 2012, à l'initiative de la Gironde, les *Drive Fermier Bienvenue à la Ferme* proposent aux consommateurs des produits issus directement des exploitations agricoles de leur département sur un site Internet. Dans certaines régions comme les Pays de Loire, la Picardie ou le Rhône-Alpes, des plateformes de référencement ont été créées afin d'approvisionner les services de restauration collective en produits locaux issus des exploitations du territoire. Le foisonnement de ces initiatives, dont certaines comme les réseaux *Bienvenue à la Ferme* ou *Marchés de Producteurs de Pays*, le *Drive Fermier Bienvenue à la Ferme* bénéficient d'une reconnaissance à l'échelle nationale, montre bien l'intérêt renouvelé des *titulaires* du gouvernement du secteur agricole pour ces modes de commercialisation caractérisés par l'absence ou la limitation des intermédiaires entre producteurs et consommateurs et la relocalisation des circuits de distribution des produits.

Malgré un intérêt renouvelé pour les circuits courts, y compris de la part des organisations dominantes, des différences profondes subsistent entre *challengers* et *titulaires* par rapport à l'encadrement de ces modes de commercialisation et à leur valorisation. Alors que les premiers les envisagent plutôt comme des instruments de pérennisation de petites exploitations agricoles diversifiées autonomes par rapport à leurs modes de production et aux modalités d'écoulement de leurs produits (même si les acteurs de l'AB adoptent aujourd'hui des positions plus orthodoxes sur ce point<sup>78</sup>), les seconds s'appuient toujours sur une vision de l'agriculture organisée en filières de production et cherchent à développer des modalités de circuits courts labellisés permettant d'introduire plus de transparence dans les filières organisées, sans en modifier nécessairement le fonctionnement (Olivier, 2012). D'un côté les *challengers* cherchent à définir et promouvoir de nouveaux modèles de développement agricole à partir de l'accompagnement de circuits courts permettant de sortir les agriculteurs des logiques de filières et en faisant valoir l'intérêt de ces démarches pour de petites et moyennes exploitations. De l'autre, les *titulaires* se saisissent des circuits courts comme d'opportunités permettant de répondre à une demande croissante des consommateurs, sans toutefois que ces « nouveaux » systèmes de commercialisation permettent de redéfinir un modèle de développement alternatif.

---

<sup>78</sup> Si la conventionnalisation de l'AB a pu être lue par certains (Sylvander, 1997) au prisme d'une forme d'industrialisation de ses modes de production et de qualification, il nous semble plus pertinent de considérer ce processus à l'aune de la redéfinition des débouchés visés par ses acteurs et ses organisations, ainsi que par de nouveaux modes de structuration, notamment autour d'interprofessions réunissant les producteurs, les groupements, les transformateurs et les distributeurs. De plus en plus, l'AB se structure comme une filière verticale dotée d'institutions spécifiques encadrant ses relations de production, de commercialisation et de financement (Bréchet, Schieb-Bienfait, 2006 ; Stassart, Jamar, 2009) dans laquelle les circuits courts font désormais l'objet de moins d'investissements collectifs que la stabilisation de ces relations verticales.

Alors que jusqu'à la moitié des années 2000, les circuits courts faisaient strictement l'objet de régulations professionnelles et collectives visant à la fois à les développer et à les encadrer, voire à les normaliser, de nouveaux acteurs vont intervenir dans le gouvernement de ces modes de commercialisation à partir de la seconde moitié des années 2000. En effet, en France, ces initiatives trouvent à ce moment-là un nouvel écho auprès des pouvoirs publics et des autorités gouvernementales qui cherchent à mieux appréhender ce phénomène pour le développer, en vertu des bénéfices sociaux, économiques, environnementaux et territoriaux qu'ils y associent.

## **2. Une politique nationale pour « renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs »**

Jusqu'à présent, nous nous sommes exclusivement intéressés à la manière dont les organisations professionnelles (*titulaires* et *challengers*) se positionnaient par rapport à l'encadrement et au développement des circuits courts et comment elles les construisaient, soit comme des modèles de développement agricole alternatifs, soit comme des systèmes ne remettant pas en cause les normes et identités professionnelles dominantes. Pourtant, un des faits marquants de la fin des années 2000 renvoie à la *politisation* (Jullien, Smith, 2014) et à la *publicisation* (Gilbert, Henry, 2012) des enjeux associés à ces modes de commercialisation.

En France, cette logique de politisation a été incarnée par le succès rencontré par les Amap dans les sphères militantes, académiques et, dans une moindre mesure, médiatiques au début des années 2000. En effet ces systèmes symbolisaient la possibilité d'une alternative socioéconomique en actes, crédible pour une part croissante de producteurs et consommateurs préoccupés par la survie d'une petite agriculture familiale, paysanne et multifonctionnelle (Olivier, Coquard, 2010). Ce travail de politisation a d'ailleurs fortement contribué à décroiser la prise en charge de ces questions, les acteurs professionnels n'ayant plus le monopole de la problématisation des enjeux associés à la commercialisation des produits. Cette logique de publicisation peut être imputée notamment aux organisations alternatives qui, par la multiplication de collaborations régionales avec les acteurs de la recherche autour de ces thématiques ont réussi à stabiliser les circuits courts comme un instrument générique de développement territorial (Paranthoën, 2015). La progressive décontextualisation de cet objet par rapport à sa dimension territoriale a ainsi permis d'assurer une forme de convergence intellectuelle à l'échelle nationale autour d'un problème défini comme celui de l'insuffisant développement de ces modes de commercialisation, appelant une intervention des pouvoirs publics.

A partir de l'analyse de documents de travail produits par le ministère de l'Agriculture en particulier, nous retracerons dans cette section la « carrière » de la politique publique nationale qui émerge en 2009, date à laquelle le ministre de l'Agriculture, M. Barnier, réunit un groupe de travail pour définir un plan d'action national visant à développer les circuits courts. N'ayant pas eu accès aux différentes personnalités (chercheurs, représentants des organisations professionnelles et des collectivités territoriales, fonctionnaires du ministère de l'Agriculture, etc.) ayant participé à l'élaboration du plan national « Barnier », nous nous contenterons de repérer les grandes étapes du processus de construction et ses résultats, à partir d'un travail reposant essentiellement sur l'exploitation d'un document de travail synthétisant les différentes propositions des membres du groupe de travail.

A cette fin, nous reviendrons dans un premier temps sur la manière dont la question des modes de commercialisation des produits agricoles a été inscrite à l'agenda du ministère entre 2007 et 2009. Puis, à partir de l'analyse du rapport identifiant les freins et leviers au développement des circuits courts rendu au ministre par les participants à ce groupe de travail, nous montrerons quels ont été les débats, les controverses ou les accords qui se sont noués lors de la procédure entre les différentes organisations présentes. Nous présenterons pour finir la manière dont les enjeux associés à ces modes de commercialisation ont été définis et problématisés, et par qui ils l'ont été. L'ambition de cette section sera ainsi de décrire la manière dont les enjeux associés à la commercialisation des produits agricoles ont été problématisés, éclipsant une définition géographique porteuse de sens pour la plupart des acteurs engagés dans ce travail de définition, au profit d'une définition relationnelle défendue par le ministère de l'Agriculture et ses alliés. En effet, comme nous le verrons, cette définition relationnelle correspondait à un cadrage du problème en termes économiques, position défendue notamment par le ministère et l'APCA, par opposition à un cadrage des problèmes en termes de développement territorial, position défendue par les *challengers* au sein de ce groupe de travail.

### **2.1. L'inscription des circuits courts à l'agenda politique du ministère de l'Agriculture**

En 2007, suite aux conclusions du groupe « Production et consommation durable », le Grenelle de l'environnement avait déjà contribué à inscrire à l'agenda politique la nécessité du développement de certaines formes de circuits courts contribuant au développement durable. En termes réglementaires, ces rencontres avaient fixé à 20 % le niveau d'approvisionnement des services de restauration collective en produits biologiques en 2012

et suscité la création des premières plateformes de producteurs destinées spécifiquement à approvisionner ces établissements via des circuits courts et de proximité<sup>79</sup>.

Parallèlement, les Assises de l'Agriculture convoquées en 2007 avaient pour but d'anticiper le bilan de la PAC pour la période 2003-2013, de définir les objectifs de la politique agricole nationale et d'anticiper la présidence française de l'UE. Elles préconisaient une transformation et une ouverture de la politique agricole pour l'élargir à une politique alimentaire, agricole et territoriale afin de répondre aux nombreux défis (alimentaires, environnementaux, énergétiques et territoriaux) identifiés par le Conseil supérieur d'orientation et de coordination de l'économie agricole et agroalimentaire (CSO). Les conclusions des assises relevaient cinq pistes d'action afin de répondre à l'élargissement des objectifs de politique agricole : une nouvelle gouvernance des filières agricoles afin de gérer et répondre au mieux aux nouveaux aléas et aux besoins des consommateurs<sup>80</sup> ; une politique alimentaire tenant compte des nouveaux enjeux de la nutrition et des modes de production durables ; une mobilisation de l'innovation pour surmonter les défis climatiques, énergétiques et environnementaux ; l'installation et la pérennisation des entreprises agricoles et agroalimentaires ; la préservation des équilibres écologiques et économiques des territoires par l'adaptation des pratiques agricoles et le soutien à des projets de développement territorialisé.

Mais ce n'est qu'à partir de 2009 qu'une politique nationale visant à développer les circuits courts est définie et mise en œuvre. En effet, à la demande du ministre de l'Agriculture, un groupe de travail est réuni en janvier 2009 pour « identifier les différents leviers qui pourraient être mis en œuvre pour favoriser, développer le mode de commercialisation par les “circuits courts”, notamment en permettant de lever certains freins qui peuvent être rencontrés actuellement par les différents acteurs dans l'exercice de cette activité »<sup>81</sup>.

L'inscription de cette question à l'agenda du ministère peut se comprendre comme la conséquence d'une conjonction de facteurs ayant diminué ses marges de manœuvre tout en le forçant à se prononcer sur une question pour laquelle il n'avait pas, jusqu'alors, marqué d'intérêt décisif (Paranthoën, 2015). D'une part, il est soumis au renforcement de la

---

<sup>79</sup> Du fait de leur caractère innovant, ces démarches collectives visant à relocaliser l'approvisionnement des restaurants collectifs et / ou à intégrer des produits biologiques ont fait l'objet d'un investissement important de la part des sociologues (Fassel, 2008 ; Le Velly, Bréchet, 2011 ; Praly et al., 2012).

<sup>80</sup> Cet objectif intègre le développement de circuits courts pour renforcer les liens entre producteurs et consommateurs.

<sup>81</sup> Rapport du groupe de travail « Circuits de commercialisation », mars 2009

concurrence avec les autres échelles de gouvernement (UE et collectivités territoriales) qui ont participé à la diffusion des circuits courts, et au risque de réappropriation de cette thématique par la création d'un grand ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire (MEEDDAT) chargé de mettre en œuvre les directives, encore relativement floues, du Grenelle de l'environnement. La plus-value environnementale, voire territoriale, des circuits courts fait peser un risque pour le ministère de l'Agriculture de voir cette thématique lui échapper, et encourage fortement ses agents à y intervenir.

Les délais extrêmement courts auxquels doivent faire face les organisateurs de ce groupe de travail sont invoqués pour justifier le recrutement des participants selon une logique de proximité géographique et organisationnelle, en fonction des liens antérieurs tissés entre eux et les fonctionnaires du ministère. On retrouve ainsi au sein de ce groupe des organisations professionnelles, plusieurs associations ayant mis en œuvre des initiatives de circuits courts ou ayant cherché à les développer, à l'échelle d'un département ou d'une région, des collectivités territoriales et des fonctionnaires des principaux ministères concernés, des représentants des acteurs socioéconomiques et des organismes de recherche (voir Annexe 6, p. 405)<sup>82</sup>. Ces derniers sont sélectionnés par rapport à la proximité idéologique qu'ils entretiennent avec les fonctionnaires du ministère quant à la contribution des circuits courts en matière d'augmentation de la compétitivité de l'agriculture, plutôt que par rapport à l'examen de pratiques innovantes (relevant du champ de la sociologie) ou de leur contribution au développement durable (étudiée depuis le champ de la biologie de l'environnement) (Paranthoën, 2015). Comme le montre le processus de sélection des participants au groupe de travail, la démarche consultative, loin de s'apparenter à une démarche ouverte permettant de confronter des points de vue potentiellement conflictuels,

---

<sup>82</sup> Cependant, entre janvier et avril, date à laquelle le rapport est rendu au ministre, la composition du groupe a évolué, certains acteurs l'ayant intégré et d'autres l'ayant quitté. Par exemple, alors que Y. Chiffolleau et F. Olivier ne faisaient pas partie des experts préalablement identifiés par les organisateurs du groupe de travail, elles ont pu faire valoir leur légitimité à y participer du fait de leur expertise validée par leur participation à des projets de recherche régionaux ou interrégionaux sur ces thématiques (Paranthoën, 2015). A l'inverse, certains représentants de la filière fruits et légumes, comme la FNPHP ou Légumes de France, ont quitté le groupe de travail en cours de route ou en tout cas n'ont pas souhaité transmettre de propositions pour développer ces modes de commercialisation, leurs contributions n'apparaissant pas dans l'annexe 3 du rapport final. Sur les quarante-deux participants initiaux, seuls vingt-trois ont émis des préconisations pour le développement des circuits courts. Malheureusement, n'ayant pas eu accès aux membres de ce groupe de travail, nous ne pouvons que supposer l'existence d'un rapport de force défavorable aux représentants des industries qui ont été écartés du travail de définition du plan d'action national, sans toutefois pouvoir expliquer de manière précise les raisons de cette éviction et / ou de ce retrait.

révèle un contrôle fort exercé par le ministère de l'Agriculture quant à l'orientation des débats.

## **2.2. Identifier les freins et les leviers pour développer les circuits courts : une démarche consultative sous contrôle**

Conformément à la commande qui leur était faite, les participants identifient un ensemble de freins au développement des circuits courts, tant du côté de l'offre que de la demande. Du côté des producteurs, les freins identifiés renvoient aux difficultés à proposer une offre régulière et pérenne (tant en termes de volumes que de qualité), au coût des équipements et aux besoins de main d'œuvre liés à la transformation et / ou à la commercialisation, au manque d'information réglementaire ou de formation (respect des exigences sanitaires, réponse aux appels d'offre), aux difficultés de financement et d'accès aux prêts bancaires (du fait de l'absence de référentiels permettant d'évaluer la pérennité des exploitations commercialisant principalement via ces circuits), d'accès au foncier (notamment en zones périurbaines), ainsi qu'à la faible mutualisation des moyens de communication sur ces modes de commercialisation. Du côté des consommateurs, les principaux freins renvoient à la question des prix, au manque d'informations permettant d'identifier les circuits courts à proximité de chez eux, à la distance géographique trop importante notamment en zone rurale et au manque de diversité des produits proposés. Pour lever ces blocages, les participants ont formulé des préconisations dont on peut retrouver trace dans l'annexe 3 du rapport du groupe de travail, que nous avons reconstruite de manière synthétique.

Les organisations professionnelles, avec un total de 44 préconisations, devancent les associations ou structures accompagnant le développement des circuits courts (24), les chercheurs (22), les collectivités territoriales (14) et enfin les représentants de la filière et du commerce (11). Individuellement, ce sont elles qui ont formulé le plus de préconisations, avec une moyenne de 6,3 propositions par organisation, contre 5,25 pour les associations de développement des circuits courts, 4,7 pour les collectivités territoriales, 3,7 pour les chercheurs et 3,6 pour les représentants des filières et du commerce. Ceci dit, eu égard au nombre d'organisations présentes dans ce premier groupe (7) et à leurs oppositions internes, ce groupe est certainement le moins homogène des cinq. Néanmoins, à l'issue de ce premier examen, nous pouvons voir que les organisations professionnelles ont massivement investi ce dispositif de concertation, même si inégalement, la FNSEA n'ayant formulé que 3 propositions contre 10 pour la FNAB, 8 pour les Civam et 7 pour l'APCA (Annexe 7, p. 407).

Afin d'analyser les propositions portées par ces différentes organisations, nous les avons regroupées en six blocs principaux. Nous avons ainsi distingué celles portant sur l'amélioration et la diffusion des connaissances sur les circuits courts, sur l'évolution des normes sanitaires, sur la formation et l'accompagnement à l'installation, sur la création d'une charte réglementant l'utilisation du terme circuit court, sur les outils collectifs et sur la nécessité de régionaliser le gouvernement de ces systèmes (Annexe 8, p. 408). En définitive, nous avons été forcés de sous-diviser certains de ces blocs pour retrouver plus d'homogénéité. C'est le cas des blocs « amélioration et diffusion des connaissances », « formation et accompagnement à l'installation » et « régionalisation ».

Le bloc « amélioration et diffusion des connaissances » est composé de 21 préconisations portant sur l'amélioration des connaissances statistiques sur les circuits courts, sur la diffusion des initiatives et des bonnes pratiques, sur le financement de recherches spécifiques à ces pratiques et enfin sur la production et la diffusion de référentiels technico-économiques propres aux exploitations engagées dans ces modes de commercialisation. Le bloc « formation et accompagnement à l'installation » est le plus important en termes de nombre de contributions (37) et est, de ce fait aussi, le plus hétérogène. Il est composé de préconisations portant sur l'intégration dans les formations continues et initiales de modules spécifiques à la vente en circuits courts, sur les aides à l'installation et l'accompagnement technico-économique de ces démarches et enfin sur la question foncière. Enfin, le bloc « régionalisation » est composé de 18 propositions portant sur le développement de partenariats à l'échelle locale, la relocalisation des approvisionnements (en particulier de la restauration collective) et la participation financière des collectivités territoriales à la mise en œuvre des circuits courts.

L'analyse de ce rapport donne à voir, tout d'abord, le poids prépondérant des organisations professionnelles dans le processus de concertation visant à faire émerger des pistes d'action pour la future politique publique. Pour cinq sur six d'entre eux, à l'exception du bloc « amélioration et diffusion des connaissances », massivement investi par le groupe des chercheurs (48 % des propositions émises), ils détiennent le pourcentage de propositions le plus élevé des cinq groupes d'acteurs. C'est particulièrement le cas pour les deux blocs « évolution des normes sanitaires » et « outils collectifs », dans lesquels ils ont formulé respectivement 50 et 58 % des propositions. Toutefois, les propositions émises par ces organisations révèlent des tensions, voire des oppositions sur certains points.

Ainsi sur la question de l'évolution des normes sanitaires, alors que la Confédération paysanne revendique un allègement des normes sanitaires pour les producteurs commercialisant exclusivement en circuits courts et se rapproche en cela des positions de l'IRABE, des PRNF et de Terres en Villes, l'APCA et les JA réclament à l'inverse que les normes sanitaires demeurent les mêmes pour tous les agriculteurs (quitte à alléger certaines contraintes réglementaires ou de normalisation commerciale) et se rapprochent de la position de la CGAD, celle-ci réclamant le maintien d'exigences sanitaires identiques à tous les opérateurs économiques. En revanche, la position des représentants des organisations professionnelles sur les outils collectifs est beaucoup plus consensuelle, tous s'accordant à reconnaître les bénéfices de ces outils et la nécessité de les maintenir et de les développer. De manière générale, les acteurs ayant émis des propositions sur ce point (collectivités, associations, représentants de la filière et du commerce) partagent l'idée selon laquelle ces outils sont des leviers importants pour développer les circuits courts, notamment pour les filières animales dont les produits, pour être vendus en circuits courts, nécessitent une transformation préalable.

La formation et le financement ont été particulièrement investis par les organisations représentant la profession agricole qui ont formulé 50 % des propositions pour chacun de ces deux sous-ensembles. Les préconisations portant sur la formation proposent d'intégrer des modules spécifiques à la commercialisation en circuits courts dans les parcours de formation initiale et continue, et sont partagées par l'ensemble des organisations<sup>83</sup>. En revanche, la question des aides financières pour les exploitations commercialisant via des circuits courts a été principalement investie par les organisations professionnelles alternatives, celles-ci réclamant une adaptation du cadre fiscal pour les petites exploitations commercialisant via des circuits courts, ainsi qu'une augmentation du niveau des aides à l'installation (FNAB, Coopération rurale). La FNSEA, de son côté, prône plutôt le recours au crédit d'impôt comme moyen d'inciter les agriculteurs à développer des ateliers de vente en circuits courts. Les associations ont, elles aussi, fortement investi ce deuxième volet du financement, en proposant notamment de mettre en œuvre des dispositifs d'aide à l'accompagnement des porteurs de projet en circuits courts (Amap Ile de France), à l'installation et à l'équipement des jeunes agriculteurs (CREAmap, Trame), à la transmission par le biais de mesures fiscales ou financières (Trame).

---

<sup>83</sup> Seule la FNAB propose de développer un système de parrainage sur une exploitation, d'une manière similaire à ce que propose de son côté CREAmap France, par rapport à la mise en place de formations spécifiques à la commercialisation en AMAP et de formations de longue durée sur une exploitation référente.

De même, la question foncière a suscité un intérêt particulier de la part des associations et des organisations professionnelles alternatives. En effet, elles encouragent souvent le développement de circuits courts sur de petites exploitations dans les zones périurbaines pour des consommateurs urbains et sont donc confrontées aux difficultés rencontrées par les porteurs de projet souhaitant s'installer en agriculture dans ces zones dans lesquelles la pression foncière est particulièrement importante (Aubry, Chiffolleau, 2009). Les préconisations avancées pointent ainsi le rôle des instances de régulation foncière que sont les SAFER et les Commissions Départementales d'Orientation de l'Agriculture (CDOA), afin, d'une part, de faire jouer pleinement leur rôle aux premières dans la préservation et l'identification des terres agricoles disponibles (Civam et IRABE) et d'autre part, de favoriser la représentation de la société civile dans les secondes (FNAB et Amap Ile de France).

L'investissement important des organisations alternatives et des associations accompagnant le développement de ces modes de commercialisation sur les questions de financement et de régulation de l'accès au foncier peut être compris comme une tentative visant à faire valoir leur expertise sur ces problématiques afin de crédibiliser leur rôle d'accompagnement des projets de circuits courts, notamment dans les zones périurbaines. A l'inverse, le désintérêt relatif des organisations dominantes et des autres acteurs pour ces questions marque un certain éloignement par rapport à la réalité concrète de l'accompagnement de ces projets sur le terrain. Pour eux, le développement des circuits courts passe principalement par leur intégration aux parcours de formation professionnelle.

Les deux blocs les plus homogènes en matière de répartition des propositions entre les différentes catégories d'acteurs sont ceux portant sur la régionalisation et la nécessité de faire émerger une charte protégeant l'utilisation de la mention circuits courts. Les propositions identifiées dans le bloc « régionalisation » sont ainsi très consensuelles, y compris à l'intérieur des trois sous-ensembles. Ceci dit, on peut noter que sur les six propositions formulées par les organisations professionnelles, les organisations dominantes n'en ont formulé qu'une seule, dénotant leur faible investissement dans les arènes de gouvernement territorial et la difficulté qu'elles éprouvent encore à faire émerger des relations partenariales avec les collectivités infradépartementales. Ainsi, tous les acteurs mettent en avant la nécessité de « privilégier les démarches territoriales » (MEEDDAT) ou de « développer des organisations collectives impliquant davantage les acteurs du territoire » (FNAB), même si ces propositions fonctionnent finalement plus comme des incantations que comme de véritables propositions d'actions concrètes. De même, la régionalisation des approvisionnements (notamment dans le

cadre de la restauration collective) a fait l'objet de propositions consensuelles, mais d'une manière plus opératoire, les acteurs proposant par exemple de « faire évoluer la législation des marchés publics pour faire valoir préférence locale pour produits de qualité / proximité » (Terres en Villes) ou encore d'« adapter les marchés publics pour territorialiser les approvisionnements » (Civam). Enfin, le dernier sous-ensemble de ce bloc pointe de manière homogène la nécessité d'un soutien public à ces démarches, la FNSEA proposant par exemple la mise en œuvre d'une charte de service public engageant les collectivités territoriales à soutenir le montage de projets de circuits courts. De son côté, l'AdCF propose de financer les actions de développement local auxquelles se rattachent les actions de développement des circuits courts via l'axe 3 du FEADER.

Si les organisations dominantes sont très largement en retrait en matière de propositions portant sur la dimension régionale des circuits courts, elles réinvestissent plus fortement la question de la protection de l'utilisation de la mention « circuits courts », en formulant trois des six préconisations parmi leur groupe de référence. Ce point est également une conviction partagée par la majorité des participants, puisque sur les vingt-trois organisations ayant formulé des propositions, treize en ont au moins formulé une dans ce bloc. Une partie importante de ces préconisations porte sur l'édiction d'une charte permettant de règlementer l'usage de la notion de circuits courts par les opérateurs économiques (position de la FNSEA, de la FNAB, du Cemagref et de la CGAD), en spécifiant parfois des contraintes qualitatives (position de la Confédération paysanne, de Y. Chiffolleau et de Trame) et / ou règlementaires (position de l'UNFD). Malgré le fort investissement des différentes organisations sur ce point, il est notable qu'il n'ait pas été conservé dans la version finale du plan d'action national, aucune marque ou certification spécifique à la commercialisation en circuits courts n'ayant été stabilisée par les pouvoirs publics ou les organisations professionnelles, en dehors de la définition officielle de ces modes de commercialisation – sur laquelle nous reviendrons.

Le dernier bloc renvoie à l'amélioration et à la diffusion des connaissances relatives aux circuits courts. Contrairement aux cinq autres blocs de propositions, les principaux contributeurs ne sont pas les organisations professionnelles, qui arrivent en deuxième position avec 24 % des préconisations, mais les chercheurs. Celles-ci portent sur la nécessité de faire évoluer les données de la statistique agricole pour pouvoir prendre en compte dans les grandes enquêtes nationales les chiffres associés à la commercialisation via des circuits courts (F. Olivier, J.-B. Traversac et D. Capt), la mutualisation des expériences réussies afin de favoriser la diffusion des connaissances sur ces modes de commercialisation (Y. Chiffolleau et

F. Olivier) et la nécessité de structurer et financer des recherches à l'échelle régionale et nationale autour de ces objets de recherche (F. Olivier, Y. Chiffolleau et D. Capt). La proposition de produire des référentiels technico-économiques spécifiques aux exploitations commercialisant leurs produits via des circuits courts est portée par D. Capt, la FNAB et Coop de France. Parmi les organisations professionnelles, c'est principalement l'APCA, relativement discrète par ailleurs, qui investit cet axe lié à la production et à la diffusion des connaissances, ses positions se rapprochant assez fortement de celles des chercheurs. Elle préconise en effet l'intégration d'un volet circuits courts aux principales enquêtes de recensement agricole, la diffusion de l'information existante sur les circuits courts à l'échelle nationale, ainsi que la réalisation d'un état des lieux sur les modes de commercialisation existants. Les associations, quant à elles, investissent spécifiquement l'axe de la diffusion des bonnes pratiques et de la mutualisation des connaissances opérationnelles (Trame, Terres en Villes et Amap Ile de France). La centralité des scientifiques dans ce bloc peut se comprendre comme le résultat d'un travail visant à faire valoir leur expertise académique, détachée de tout enjeu politique, au contraire de l'expertise détenue par les Chambres d'agriculture et l'APCA (Paranthoën, 2015).

Le poids prépondérant des organisations professionnelles dans cette procédure ne doit pas tromper le lecteur : elles n'investissent pas la concertation de la même manière et ne défendent pas les mêmes positions. En fait, les préconisations formulées donnent à voir le rôle important des organisations alternatives et leur investissement dans la procédure, notamment sur les questions d'accompagnement et d'installation, points sur lesquels elles ont notamment su nouer des coalitions fortes avec les associations développant ces modes de commercialisation. Toutefois, elles ne parviennent pas à stabiliser un champ d'expertise qui leur serait propre et au sein duquel elles parviendraient à problématiser et institutionnaliser une position commune à l'égard de la distribution des produits. L'investissement des chercheurs dans la proposition de pistes d'action est, à l'inverse, beaucoup plus sporadique et concentré sur le contrôle de la production et de la diffusion des connaissances relatives aux circuits courts, champ dans lequel ils parviennent à imposer leur expertise savante. Enfin, les collectivités territoriales et les représentants de la filière et du commerce sont les deux groupes ayant le moins investi la procédure de consultation. Alors que les représentants des collectivités territoriales ont plutôt investi les champs de l'accompagnement, de la formation et de la régionalisation, les acteurs de la filière et du commerce ont plutôt souhaité émettre des propositions relatives à l'idée d'une charte relative aux circuits courts et à l'utilisation des

outils collectifs comme instruments de développement des circuits courts, sans toutefois adopter de véritable position commune sur aucun de ces sujets.

### **2.3. Problématisation et définition des enjeux : des préconisations au plan d'action**

Du fait de la longue tradition corporatiste de la politique agricole française associant élites professionnelles et fonctionnaires de l'administration (Muller, 1984), le poids des représentants professionnels dans la définition des mesures à mettre en œuvre n'est en soi pas étonnant. Cependant, fragilisés par la remise en cause de leur rôle dans l'institutionnalisation d'un modèle de développement agricole alors en crise, les acteurs traditionnels du gouvernement sectoriel (JA, FNSEA) doivent désormais composer avec les mouvements agricoles alternatifs (Confédération paysanne, Coordination rurale, FNAB), plus légitimes du point de vue du ministère par rapport à la mise en œuvre de modèles d'agriculture au service d'une alimentation durable.

Le premier résultat produit par le groupe de travail à l'issue des trois réunions est l'élaboration d'une définition stabilisée des circuits courts, à propos desquels les échanges entre participants au cours des trois réunions de travail ont montré qu'ils devaient encore faire l'objet de travaux de recherche visant à mieux les appréhender, malgré des tentatives de définition déjà relativement anciennes (Annexe 9, p. 413). Alors que les organisations dominantes du gouvernement du secteur semblaient avoir moins investi la procédure de concertation que les organisations alternatives, la définition retenue de ces modes de commercialisation montre tout leur poids dans la problématisation des enjeux qui y sont associés.

En effet, l'APCA va jouer un rôle central dans la problématisation et la définition des enjeux à traiter. Sa manière de problématiser la contribution des circuits courts au développement du secteur entre en effet en résonance avec les positions des agents du ministère et leur volonté de dépolitiser les échanges entre les membres du groupe en les technicisant. En effet, la première réunion fut surtout l'occasion de prises de position politiques de la part des représentants des organisations présentes au regard de l'histoire de la politique agricole française, du fait de l'absence de cadrage des débats. Au cours de cette réunion, les discussions se sont en effet cristallisées autour de la définition des circuits courts ainsi que sur l'intérêt de la mise en œuvre d'une politique publique en faveur de leur développement (Paranthoën, 2015). La définition de ces modes de commercialisation en fonction d'une approche relationnelle et non territoriale a permis d'aboutir à un consensus

relatif entre les participants en dépolitisant les débats, en faisant valoir les bénéfices pour les producteurs en termes de captation de la valeur ajoutée. C'est d'ailleurs le premier enjeu identifié dans le rapport final rendu par le groupe de travail justifiant du développement de ces modes de commercialisation : « La démarche des circuits courts de commercialisation a toujours existé mais elle tend à se développer depuis plusieurs années. Elle a pris des formes multiples, qui présentent la caractéristique commune d'améliorer la captation de valeur au bénéfice de la production »<sup>84</sup>.

La dimension territoriale est ainsi progressivement abandonnée de la définition que parvient à stabiliser le groupe de travail, bien que le rapport l'intègre comme un des enjeux à prendre en compte dans les actions à mener, au titre de la « gouvernance alimentaire » des territoires<sup>85</sup>. Ainsi, dans le Plan d'action national pour développer les circuits courts, ceux-ci sont définis comme « un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire »<sup>86</sup>.

On retrouve là une posture caractéristique de l'approche gestionnaire du ministère de l'Agriculture, centrée sur la défense des revenus des agriculteurs, face notamment au poids des intermédiaires dans la formation des prix. Cependant, à la différence des solutions pour lesquelles avait précédemment opté le ministère (augmentation de la taille des exploitations et concentration, puis organisation collective des producteurs dans des groupements de première mise en marché), cette posture prône une sortie des logiques de massification. Les justifications avancées dans le cadre de ce rapport pour légitimer le développement des circuits courts sont en effet d'apporter « une réponse à une exigence sans cesse grandissante de produits de terroir, de tradition, d'authenticité restaurant le lien social entre consommateur et producteur, valorisant les qualités de fraîcheur, d'innovation et de qualité nutritionnelle des productions en question ainsi que la connaissance des produits et de leur mode de

---

<sup>84</sup> Rapport du groupe de travail « Circuits de commercialisation », mars 2009.

<sup>85</sup> Dans le troisième paragraphe du rapport il est précisé que « Renforcer le lien entre le producteur et le consommateur traduit également un nécessaire renforcement du lien au territoire, même si une telle démarche n'exclut pas le développement d'autres formes de commercialisation (vente à distance). Cette approche territoriale milite par ailleurs pour le développement de synergies locales entre les différents acteurs concernés : producteurs, intermédiaires, artisans, commerçants, collectivités locales et consommateurs. Le développement des circuits courts rime donc avec le développement d'une « gouvernance alimentaire » à l'échelle des territoires » (Rapport du groupe de travail « Circuits de commercialisation », mars 2009)

<sup>86</sup> « Renforcer le lien entre producteurs et consommateurs : Plan d'action national pour développer les circuits courts », Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, 2010. D'une façon assez paradoxale, voire ironique, la typologie des circuits courts de L. Chaffotte et Y. Chiffolleau servira de support à la définition stabilisée de ces modes de commercialisation sans référence à leur dimension territoriale, alors même que cette dernière semblait particulièrement tenir à ce que cette dimension soit prise en compte dans le plan d'action découlant des conclusions du groupe de travail.

production »<sup>87</sup>. L'ambition de cette politique publique, prenant acte des critiques formulées par les acteurs de la société civile à l'encontre du fonctionnement vertical et standardisé des filières, est de proposer une alternative, via le développement des circuits courts, à cette offre alimentaire de masse, jugée de faible qualité et ne répondant plus aux attentes d'une partie croissante des consommateurs.

Le rapprochement des producteurs et des consommateurs est ainsi censé permettre non seulement une meilleure captation économique de la valeur ajoutée par les premiers, mais aussi de redonner un sens social à l'alimentation et d'améliorer « la connaissance des produits et de leurs modes de production » des seconds en réencastrant leur consommation dans des systèmes d'échanges interpersonnels. La politique publique naissante cible donc deux enjeux : l'un économique, l'autre alimentaire. Cette reprise en main de la question alimentaire permettant notamment au ministère de faire rentrer dans son giron certaines compétences qui lui échappaient encore, comme celles de la promotion d'une offre alimentaire répondant aux exigences nutritionnelles et diététiques dominantes (Fouilleux, 2008).

En reprenant, sélectionnant et classant les propositions des membres du groupe de travail, le rapport de travail final dégage quatre thèmes d'action prioritaires et met en avant les propositions opérationnelles qu'il paraît possible de mettre en œuvre le plus rapidement ou à court terme : amélioration et mutualisation des connaissances sur les circuits courts, amélioration de la formation des agriculteurs et des autres acteurs, facilitation de l'installation de ce type d'exploitations et adaptation de l'outil de production et enfin amélioration de l'organisation et de la communication. Ces quatre axes forment la colonne vertébrale de la future politique nationale en faveur des circuits courts, qui regroupe quatorze mesures (Tableau 4).

Ainsi, en l'espace de quelques mois, une nouvelle politique publique visant à développer et encadrer les circuits courts de commercialisation des produits agricoles est stabilisée sous la houlette du ministre de l'Agriculture, M. Barnier. Le rôle du groupe de travail réuni à l'initiative du ministre est à cet égard fondamental pour en comprendre les orientations. En effet, il pose les bases d'une définition relationnelle de ces modes de commercialisation en écartant leur dimension territoriale ou géographique, alors que celle-ci est souvent constitutive, de manière plus ou moins explicite, de l'ensemble des démarches que le ministère de l'Agriculture entend développer (Dénéchère et al., 2008 ; Chiffolleau, Prévost, 2012). De plus, si les organisations alternatives ont particulièrement investi cette procédure de

---

<sup>87</sup> *Ibid.*

concertation, c'est finalement l'APCA, dont la conception des circuits courts se rapprochait le plus de celle des fonctionnaires du ministère, qui s'avèrera décisive en matière de problématisation des enjeux à traiter. Rapidement donc, cette politique publique s'échappe des salons du ministère et est déclinée régionalement, les Directions Régionales de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF) étant chargées de leur mise en œuvre

**Tableau 4 : Plan d'action national pour développer les circuits courts**

Axe 1 : amélioration et mutualisation des connaissances	M1 : Intégration des modes de commercialisation en circuits courts dans le recensement général agricole (RGA) et le Réseau d'information comptable agricole (RICA)
	M2 : Création d'un espace dédié aux circuits courts sur le site du ministère de l'Agriculture afin de diffuser ces initiatives et communiquer sur les bonnes pratiques
	M3 : Affecter des fonds spéciaux (CASDAR) au financement de projets de recherche sur les circuits courts
	M4 : Diffuser auprès des agriculteurs les exigences sanitaires relatives aux circuits courts et l'ensemble des informations relatives aux marchés de détail, aux marchés publics, aux normes liées à l'accueil du public
Axe 2 : amélioration de la formation des producteurs et des autres acteurs	M5 : Intégrer la commercialisation en circuits courts dans les programmes scolaires des lycées agricoles avec le concours d'agriculteurs ayant développé ces modes de commercialisation
	M6 : Recenser les offres de formation initiale et continue existantes, les mutualiser et les diffuser entre établissements de formation
Axe 3 : facilitation de l'installation de ce type d'exploitations et de l'adaptation des outils de production	M7 : Etablir des référentiels technico-économiques spécifiques aux circuits courts afin de disposer d'outils permettant d'évaluer la viabilité économique de ces démarches
	M8 : Intégrer la dimension circuits courts dans le dispositif des Plans Personnalisés de Professionnalisation (PPP) pour l'installation
	M9 : Mieux informer les agriculteurs sur les dispositifs d'accompagnement existants, notamment financiers
	M10 : Poursuivre la mise en place de chartes départementales de maîtrise du foncier agricole et sensibiliser les collectivités territoriales sur les dispositifs de protection des terres agricoles
Axe 4 : amélioration de l'organisation et de la communication	M11 : Mettre en place une charte sur les circuits courts permettant de les définir et d'établir des critères communs aux différentes démarches afin d'en garantir l'authenticité
	M12 : Développer le conseil en organisation en informant les producteurs sur l'intérêt des outils collectifs dans le cadre des appels à projet du CASDAR
	M13 : Décliner les mesures au niveau régional par l'entremise des DRAAF en l'intégrant au plan en faveur d'une alimentation sûre, diversifiée et durable, dont elles constituent un volet
	M14 : Sensibiliser les collectivités territoriales aux atouts que représente le développement des circuits courts pour leurs territoires

Source : Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, 2010

à l'échelle territoriale, dans le cadre des plans en faveur d'une alimentation sûre, diversifiée et durable. Le développement des circuits courts, à partir de cette date, est ainsi intégré comme un objectif à part entière des politiques agricoles et alimentaires, comme l'atteste la mention qui en est faite dans la Loi de Modernisation Agricole du 27 juillet 2010. En effet, l'article L.230-1 dans le chapitre préliminaire « La politique publique de l'Alimentation » du Titre 1<sup>er</sup> « Définir et mettre en œuvre une politique publique de l'Alimentation » intègre « le développement des circuits courts et l'encouragement de la proximité géographique entre producteurs et transformateurs » dans les objectifs du Plan National pour l'Alimentation.

Alors que la commercialisation des produits agricoles ne donnait lieu, jusqu'à la fin des années 2000, qu'à des régulations professionnelles au caractère souvent localisé et informel, l'inscription de cet enjeu à l'agenda politique du ministère de l'Agriculture va profondément changer la donne. En dépit d'un caractère *a priori* ouvert, la procédure fait la part belle aux organisations dont les propositions sont génétiquement proches de celles du ministère, pour retenir une définition relationnelle de ces modes de commercialisation permettant de cadrer les problèmes à partir d'une perspective économique, celle de l'amélioration de la captation de la valeur ajoutée par les producteurs. Toutefois, un certain nombre d'enjeux sont associés, de manière plus ou moins explicite, à ces modes de commercialisation, qui resurgissent à partir du moment où la politique s'échappe des salons du ministère et est mise en œuvre à l'échelle territoriale.

### **3. De la politique nationale au gouvernement territorial des circuits courts**

La définition puis la mise en œuvre à l'échelle nationale d'une politique publique destinée à développer les circuits courts constitue une étape significative dans la publicisation des problèmes associés à la distribution des produits agricoles. Construits comme des systèmes vertueux pour les producteurs et les consommateurs, tant sur le plan économique, que social ou environnemental, ces modes de commercialisation sont encouragés par les acteurs publics en charge des problématiques liées au développement agricole et, de plus en plus, au développement territorial. En effet, ces modes de commercialisation sont souvent considérés par leurs promoteurs comme des sources de dynamisation des territoires ruraux par le maintien d'une agriculture tournée vers le territoire et ses habitants.

Nous montrerons donc comment, à l'échelle de la Gironde, le développement de ces modes de commercialisation a donné lieu à des formes de gouvernement localisé et encadré

dans un contexte territorial particulier, contraignant la manière dont les enjeux sont définis et les solutions mises en œuvre. Ce gouvernement repose entre autres sur des normes d'action publique mises en œuvre à différentes échelles (nationale donc, mais aussi régionale ou départementale, voire européenne), sans toutefois s'y limiter. En effet, si les politiques publiques, en tant que cadres interprétatifs et modèles normatifs d'action (Muller, 2002), fournissent aux acteurs des repères pratiques permettant d'orienter leurs stratégies, elles ne déterminent entièrement ni leur interprétation du réel, ni leurs actions, et ce d'autant plus qu'elles n'ont pas de caractère réglementaire ou coercitif. En cela, l'analyse du gouvernement territorial des circuits courts ne peut être réduite à l'analyse des politiques publiques encourageant leur développement (bien qu'elle ne puisse pas non plus en faire abstraction), mais doit plutôt porter sur la manière dont la distribution des produits agricoles est réinstitutionnalisée à partir de cette régulation trans-industrielle.

Nous commencerons donc par présenter la manière dont les circuits courts ont donné lieu, dans le prolongement de la politique publique nationale, à des formes d'instrumentation spécifiques par les collectivités en charge de la définition et de la mise en œuvre des politiques agricoles territoriales (DRAAF, Conseil régional, Conseil général). Dans un second temps, nous montrerons que ces normes d'action publique fournissent des ressources à des acteurs jusqu'ici peu concernés par la définition des objectifs de politique agricole et leur mise en œuvre, comme les collectivités infradépartementales (Pays, communautés de communes ou d'agglomération, communes, etc.). Nous montrerons ainsi que ces acteurs interviennent de manière croissante dans le gouvernement territorial de l'agriculture par la mise en œuvre de démarches au caractère volontariste visant à développer les circuits courts. Nous étudierons en particulier la manière dont ces acteurs publics sont amenés, dans le cadre de l'accompagnement des circuits courts à l'échelle territoriale, à assumer des fonctions d'intermédiaires de marché, en mettant en forme l'offre et la demande de produits agricoles sur leur territoire. En cela, nous entendons contribuer à l'enrichissement d'un champ de recherche fécond en sociologie économique, celui de l'intermédiation marchande (Cochoy, Dubuisson-Quellier, 2000), en montrant que ces fonctions ne sont pas nécessairement assumées par des acteurs marchands, mais peuvent l'être par des acteurs publics.

### **3.1. L'élaboration et la mise en œuvre des politiques en faveur des circuits courts en Gironde**

Suite à la définition par le ministère de l'Agriculture du plan d'action national en faveur des circuits courts, l'échelle retenue pour sa mise en œuvre est celle des régions. Ce sont les

DRAAF, services déconcentrés de l'Etat, qui dès 2009, seront chargées d'intégrer ce plan dans le Plan Régional de l'Offre Alimentaire (PROA) issu du plan national de 2008 « pour une offre alimentaire sûre, diversifiée, durable ». L'animation du PROA est confiée à la Direction Régionale de l'Alimentation (DREAL), et en particulier au Service Régional de l'Alimentation (SRAL). Dans le cadre de ce plan régional, les services de la DRAAF identifient à la suite d'un travail de diagnostic territorial, à côté des quatre actions qui constituent le cœur du PROA<sup>88</sup>, une action prioritaire à mettre en œuvre dès 2010 portant sur le développement de circuits courts. La mise en œuvre de cette directive nationale à l'échelle régionale est réalisée selon une logique beaucoup moins descendante et hiérarchique que par le passé, mettant au contraire au cœur du travail réalisé par les fonctionnaires du pôle Alimentation et Agroalimentaire du SRAL les logiques d'animation, de mobilisation et d'incitation destinées à faire émerger des dynamiques collectives autour de projets alimentaires portés par des acteurs du territoire :

*« Alors effectivement c'est peut-être quelque chose d'un peu neuf, parce que tout ce qui est PNA ça date de 2009 donc c'est vrai. Et c'est quelque chose qui est même un peu nouveau pour nos collègues que de voir que nous on est vraiment dans l'incitation, dans le faire savoir et la mise en relation des acteurs. [...] On est libre de se mettre en contact avec... En fait on doit aussi assurer une veille de ce qui se fait sur notre territoire dans le domaine de l'alimentation. C'est à nous d'inciter, de piloter, de créer éventuellement des groupes de travail, de provoquer ce genre de choses et d'aller à la rencontre des acteurs, et de voir... » (CT4)*

L'émergence d'une dynamique collective à l'échelle régionale autour du PROA repose sur un travail de diagnostic mené par la DRAAF en partenariat avec l'ensemble des acteurs intervenant, à un titre ou un autre, sur l'offre alimentaire et réunis dans le Comité Régional de l'Offre Alimentaire (CROA) : représentants de la profession agricole dans son ensemble, industries agroalimentaires, pôles de compétitivité agroalimentaires, professionnels des métiers de bouche, collectivités territoriales, services déconcentrés, services de restauration collective, associations de consommateurs et de parents d'élèves, etc. Une partie du diagnostic est consacrée à l'identification des atouts et des freins au développement des circuits courts et

---

<sup>88</sup> Le PROA aquitain est validé par une circulaire du 2 janvier 2009. Il comporte alors quatre mesures prioritaires auxquelles viendra s'ajouter, dès 2010, celle portant sur le développement des circuits courts : mise en œuvre de l'opération « Un fruit à la récré », soutien à la consommation de produits biologiques en restauration collective publique, diffuser aux industries agroalimentaires le programme d'aide aux plus démunis et son mode d'organisation et répondre aux besoins d'informations du consommateur.

de l'agritourisme<sup>89</sup> à l'échelle régionale. Il met en avant l'importance de l'agritourisme pour la région, l'importance des activités de diversification et de vente directe pour les exploitations (notamment en Gironde) et le développement rapide de ces modes de commercialisation. Les freins identifiés dans ce diagnostic renvoient à la difficulté de connaître et mesurer l'impact économique de ces activités, la difficile adéquation entre offre (rurale) et demande (urbaine), la multiplicité des circuits, des signes de qualité et des démarches qui rendent l'offre peu lisible du point de vue des consommateurs.

La DRAAF identifie alors deux pistes de travail en vue de développer les circuits courts. Tout d'abord, elle souhaite inciter les acteurs participant à l'encadrement ou au développement de ces modes de commercialisation (Chambres d'agriculture, Civam, collectivités territoriales) à se rapprocher, via la création du Réseau rural aquitain. L'animation de ce réseau est confiée au Groupement d'Intérêt Public (GIP) Pays et Quartiers d'Aquitaine (PQA) créé en 2002 par l'Etat et le Conseil régional d'Aquitaine, dont la principale mission est de faire émerger des projets de territoire qui s'inscrivent dans les orientations du FEADER. Dès la fin d'année 2009, PQA propose un cycle de rencontres autour des circuits courts, afin d'amener les différentes organisations concernées à se rencontrer pour échanger sur leurs pratiques, leurs projets pour capitaliser et mutualiser les expériences menées en termes de développement des circuits courts. Si dans un premier temps, PQA oriente ses actions vers les territoires organisés et les territoires de projet bénéficiant des subventions européennes pour le développement rural, assez rapidement son implication sur la thématique des circuits courts l'oblige à redéfinir les contours de son action, ainsi que ses publics cibles :

*« Donc du coup on a proposé ce cycle [sur les circuits courts] qu'on a fait sur 2009-2010. C'était un cycle de rencontres avec les territoires : les pays, les communautés de communes, les communautés d'agglomération. Et puis surtout qu'ils arrivent à côtoyer l'ensemble des interlocuteurs sur ces sujets-là, que ce soit la Chambre d'agriculture, une association, des agriculteurs, c'était aussi ça l'objectif. » (CT5)*

A la suite de ce premier cycle de rencontres et d'échanges autour des circuits courts, la direction de l'Agriculture du Conseil régional d'Aquitaine se voit confier par la DRAAF la tâche d'élaborer un plan d'intervention visant à développer ces modes de commercialisation,

---

<sup>89</sup> L'intégration de cet enjeu de développement de l'« agritourisme » apposé à celui plus général du développement des circuits courts est intéressante. Elle traduit en effet sans doute possible le poids des Chambres d'agriculture départementales et de la Chambre régionale d'agriculture d'Aquitaine dans la réalisation du diagnostic et la problématisation des enjeux à traiter.

le but de celui-ci étant « d’accompagner au mieux les agriculteurs s’inscrivant dans ces démarches et de participer à la structuration et à l’organisation de ces modes de production et de commercialisation en circuits courts dans une logique de cohésion territoriale, de maintien d’une agriculture périurbaine et de développement durable »<sup>90</sup>. Ce plan reprend et harmonise les dispositifs de soutien aux circuits courts existant dans le cadre de règlements européens et crée de nouvelles lignes budgétaires, en vue d’ouvrir les dispositifs de soutien à de nouveaux acteurs, hors du monde agricole, et en particulier aux collectivités territoriales souhaitant développer des circuits courts sur leur territoire :

*« Alors, véritablement, la politique régionale en faveur des circuits courts n’a pas commencé avec le plan d’intervention régional des circuits courts. Elle a commencé en amont de ça, dès la dernière programmation européenne 2007 – 2014, mais en fait là on était vraiment sur des interventions qui étaient dans le cadre de règlements européens avec l’accompagnement aux ateliers de transformation à la ferme et l’accompagnement à la commercialisation de type vente à la ferme ou boutique collective. Et puis la Région, enfin, les élus du Conseil régional ont commencé à sentir qu’il y avait des besoins qui étaient exprimés plus largement que ces deux dispositifs d’intervention dans le domaine des circuits courts. » (CT1)*

L’intervention régionale sur les circuits courts procède d’une part des injonctions nationales et européennes visant à accompagner et structurer le développement de formes particulières de circuits courts en lien avec le développement de l’agritourisme depuis la fin des années 2000. D’autre part, elle renvoie à la volonté politique des élus locaux d’élargir la portée des dispositifs de soutien au développement de ces modes de commercialisation. Ce double mouvement est une des caractéristiques de la territorialisation des politiques agricoles (Berriet-Sollicec, 2002 ; Berriet-Sollicec et al., 2005) et des politiques publiques en général (Faure, Négrier, 2007 ; Muller, 2011), amorcée depuis les lois de décentralisation de 1982-1983 et ayant consacré les Régions comme entités administratives en charge de l’aménagement du territoire et de la planification économique. Depuis, les régions ont acquis une compétence en matière de politique agricole leur permettant, comme dans le cas présent, d’élaborer sous le contrôle de l’Etat et de l’UE des mesures spécifiques pour intervenir de manière plus ciblée sur des problèmes s’inscrivant dans le cadre des objectifs définis par ces échelles de gouvernement.

---

<sup>90</sup> Plan régional en faveur des circuits courts et de proximité, Conseil régional d’Aquitaine, 2011

Ainsi, en termes d'articulation entre politiques agricoles locales, nationales et européennes, on peut distinguer de nombreuses configurations en fonction des problèmes et des territoires. Les politiques de filières de qualité consistent principalement à abonder les financements de l'Etat et de l'UE de manière à soutenir la compétitivité des exploitations et la qualité des produits agroalimentaires destinés à être vendus et mis en concurrence sur des marchés élargis. Elles visent à améliorer la diffusion des aides et la coordination des acteurs autour de la qualité des produits. Les politiques de développement des circuits courts s'inscrivent dans une autre logique. Dans ce cas en effet, les collectivités territoriales ont plutôt tendance à élaborer des mesures spécifiques à leur territoire et à bâtir des dispositifs visant à favoriser la construction de nouveaux espaces d'échanges entre acteurs privés, publics, organisations professionnelles, tiers secteur, etc., même si certains dispositifs d'aide reprennent des formats d'aide classiques découpés par filières :

*« [Les élus] ont voté en 2011 un plan d'intervention régional pour développer les circuits courts et de proximité. Ce plan rassemblait ce qui était déjà en place, à savoir des aides à la transformation et des aides à la commercialisation, en rajoutant deux autres volets. Un volet amont qui était un appui à la production pour les agriculteurs qui commercialisent en circuits courts. Donc là c'est plutôt de l'aide à la production pour le maraîchage et l'horticulture. » (CT1)*

De fait, le dispositif d'aide régional a un caractère hybride, puisqu'il regroupe des aides à la production fléchées sur certaines filières particulièrement concernées par la vente en circuits courts, comme le maraîchage ou l'horticulture, et se rapproche en cela des politiques de filières de qualité traditionnelles. Mais ces mesures représentent finalement une faible part des financements accordés par la Région au titre du développement des circuits courts. En revanche, le plan d'aide régional intègre également un volet destiné à amorcer des projets territoriaux de développement des circuits courts :

*« Et a été ajouté dans ce plan un quatrième volet, qui est plutôt un volet d'accompagnement et de structuration qui a vocation à aider plutôt les projets collectifs en circuits courts, avec une aide plutôt en amont d'un projet collectif, qui est une aide, souvent, pour mettre en place une étude, une étude de marché, d'opportunité, pour monter un projet collectif en circuits courts. Soit ça peut être, plus spécifiquement, ce qu'on voit apparaître depuis quelques années, des projets mixtes public-privé pour mettre en place [...] des projets qui répondent aux Agendas 21 et développement durable des villes, et la Région se propose d'accompagner les collectivités et / ou les*

*agriculteurs qui travaillent ensemble à la mise en place de ces projets qui sont structurants pour le territoire. » (CTI)*

Le plan régional en faveur des circuits courts de proximité regroupe donc quatre séries d'aides. Il reprend d'une part les mesures existantes en faveur de l'aide à la transformation et à la commercialisation. D'autre part, il y ajoute des aides à la production pour les producteurs souhaitant développer des ateliers spécifiques pour la vente en circuits courts, et des aides à la structuration de ces démarches à l'échelle territoriale concernant plutôt les Chambres consulaires et les collectivités territoriales. Ainsi, alors que ces trois premiers axes renvoient à des mesures de politique agricole « classiques » et concernent exclusivement le financement des investissements individuels ou collectifs des exploitations agricoles dans le cadre du développement d'une activité de production, de transformation ou de commercialisation en circuits courts<sup>91</sup>, le quatrième apparaît de ce point de vue plus spécifique en ce qu'il élargit le périmètre des bénéficiaires de ces aides à des acteurs agricoles non-productifs ou à des acteurs extérieurs au monde agricole. Ce quatrième volet vise à appuyer quatre points précis.

Premièrement, il entend améliorer la formation des agriculteurs aux nouveaux métiers liés aux circuits courts et aux enjeux règlementaires, commerciaux, juridiques de ces modes de commercialisation. Ensuite, il met en place un accompagnement des projets émergents par le financement d'actions d'ingénierie ou d'information (à hauteur de 80 % des dépenses éligibles), pour les collectivités territoriales, les chambres consulaires et des agriculteurs organisés au sein d'une structure juridique. Troisièmement, il prévoit la mise en œuvre d'un appel à projet pour soutenir des projets territoriaux structurants « dont la faisabilité économique est avérée mais pour lesquels l'aide publique est nécessaire pour qu'ils atteignent leur viabilité »<sup>92</sup>, de manière à soutenir des projets innovants intégrant l'amont et l'aval d'une filière, notamment pour l'introduction de produits biologiques et locaux dans les services de restauration collective. Enfin, il vise à optimiser et dynamiser les initiatives d'agritourisme par des démarches de territoire, en consolidant les partenariats territoriaux entre agriculteurs, collectivités territoriales et acteurs du tourisme grâce à l'élaboration de Conventions Touristiques Territoriales afin d'optimiser la lisibilité des initiatives territoriales et des partenariats existants ou futurs en matière d'agritourisme.

Ce plan s'inscrit donc à la croisée des chemins entre une logique purement sectorielle (aides aux producteurs et groupements souhaitant développer des circuits courts) et une

---

<sup>91</sup> La perception de ces aides demeurant soumise au principe d'éco-conditionnalité.

<sup>92</sup> Plan régional en faveur des circuits courts et de proximité, Conseil régional d'Aquitaine, 2011

logique de développement territorial centrée sur la valorisation des partenariats entre les différents acteurs d'un même territoire :

*« Il y a une déssectorisation dans le sens où sur les projets collectifs, les exploitants que l'on croise cherchent à avoir des gammes suffisamment attrayantes pour pouvoir faire une offre en circuits courts qui va être rentable et pertinente. Donc là, clairement, on est sur le secteur strictement. Mais il y a des fois où on a une approche géographique. Ça va être sur un territoire donné, on construit ensemble une offre. Mais on voit aussi de l'intégration plutôt verticale, le long de la chaîne, où se marient des exploitants, des transformateurs, des boutiques spécialisées et l'idée c'est de dire qu'on commercialise en circuits courts, ou en tout cas de proximité, le long de la chaîne. » (CT1)*

Dans le même temps, le Conseil général de la Gironde met lui aussi en œuvre des dispositifs visant à accompagner le développement de ces modes de commercialisation, dans une logique de recherche de complémentarité par rapport à ceux mis en œuvre par le Conseil régional<sup>93</sup>. Ces dispositifs sont mis en œuvre par le Bureau Agricole et Forêts de la direction de l'Aménagement du territoire, au sein duquel une chargée de mission accompagne le portage des projets de circuits courts par des agriculteurs, des consommateurs ou des collectivités, selon une logique visant à développer la production en faisant le lien entre l'amont et l'aval :

*« Au sein du Bureau Agricole et Forêts, je m'occupe plus particulièrement d'accompagner les porteurs de projet, la création d'activité, circuits courts ou pas, et aussi amener tous les projets « circuits courts », de l'amont jusqu'à l'aval. Ma porte d'entrée, c'est la production, le soutien à la production et aux projets de production. Et de là, on soutient les associations qui accompagnent ces producteurs, et on accompagne aussi des projets de consommateurs qui favorisent la création de la production. On est parti de la question : comment accompagner le développement de cette production en Gironde, en allant jusqu'à la consommation qui soutient indirectement la production ? » (CT6)*

Ce plan d'intervention en faveur des circuits courts est assez similaire, dans ses mesures éligibles et ses publics-cibles, à celui mis en œuvre par le Conseil régional. Il regroupe certaines mesures existantes et en crée de nouvelles pour accompagner les besoins spécifiques

---

<sup>93</sup> Concernant le manque de clarté dans la division du travail politico-administratif entre l'Etat, les Conseils régionaux et généraux et leurs conséquences en matière d'institutionnalisation des politiques agricoles aux échelles régionale et départementale, voir Le Pape, Smith (1999), Berriet-Sollic (2002).

à la mise en œuvre de circuits courts, la perception de ces aides étant soumise à l'intégration des bénéficiaires d'une démarche collective de production ou de commercialisation garantie par le respect d'un cahier des charges plus ou moins formalisé :

*« Nous en premier lieu ce qu'on veut c'est une démarche de qualité et l'adhésion à un réseau. [...] On n'accompagne pas des porteurs de projet qui se lancent on va dire dans la volaille de chez moi. Ce qui va m'intéresser, c'est la volaille bio, la volaille dans une Amap, parce que derrière les Amap vont vérifier que le producteur... Il faut qu'il soit rattaché à une démarche de vérification ou alors qu'il soit labellisé. [...] Soit par le mode de production, soit de par le réseau de commercialisation. » (CT6)*

Les bénéficiaires peuvent être des structures individuelles ou collectives, aussi bien que des associations et des collectivités souhaitant accompagner ou développer des circuits courts. Les aides peuvent englober aussi bien les dépenses de fonctionnement que des études de marché ou de faisabilité technique, la mise en place, la coordination et l'animation de réseaux de producteurs ou encore le cofinancement d'un Contrat à Durée Indéterminée (CDI) pour la commercialisation dans les structures collectives, que des dépenses liées à l'investissement dans le développement de l'outil de production, la transformation, la commercialisation et l'aménagement de locaux d'accueil et de commercialisation.

En outre, ce plan fait le lien avec les objectifs de l'Agenda 21 départemental et tout particulièrement avec ceux relevant de l'enjeu « Production et consommation responsables »<sup>94</sup> qui cible le développement des productions de qualité valorisées via des circuits courts. En 2014, la troisième version de l'Agenda 21 girondin intègre cette question à l'axe 1 portant sur la « Capacité alimentaire », en ciblant le développement des approvisionnements des services de restauration collective en produits locaux et la poursuite de la politique départementale en faveur des installations orientées vers des projets de commercialisation en circuits courts.

Ainsi, la politique publique en faveur des circuits courts se stabilise en Gironde à partir de 2010. Elle articule des enjeux définis à l'échelle nationale comme européenne et régionale et stabilise de nouveaux rapports institués de financement pour les organisations (entreprises, collectivités territoriales, associations, chambres consulaires) souhaitant mettre en œuvre des actions visant à développer ou structurer les circuits courts. Autrement dit, le gouvernement des relations de financement des circuits courts reste une prérogative des acteurs en charge de la mise en œuvre des politiques agricoles. Toutefois, le gouvernement territorial de ces modes

---

<sup>94</sup> Agenda 21 de la Gironde, Acte 2, 2010

de commercialisation ne se limite pas à la stabilisation d'institutions portant sur le financement. D'autres acteurs interviennent dans la définition et la stabilisation d'institutions encadrant, entre autres, les rapports de commercialisation et de production. C'est le cas des collectivités infradépartementales qui, à la différence du Conseil régional ou général, n'ont pas de compétence règlementaire en agriculture, mais assument des fonctions de coordination visant à faire émerger une offre de produits en circuits courts à destination des populations locales.

### **3.2. Les collectivités infradépartementales dans le gouvernement territorial des circuits courts**

La création des niveaux de gouvernance infradépartementale est une innovation institutionnelle des années 1990. Les Pays ont été créés en 1995 par la Loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement du Territoire (LOADT) et renforcés en 1999 par la Loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire (LOADDT), dite Loi Voynet. Les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) à fiscalité propre sont créés en 1992 et donnent naissance aux premières communautés de communes. La LOADDT étend le principe de l'intercommunalité en créant une nouvelle catégorie d'EPCI, les communautés d'agglomération (plus de 50 000 habitants) et communautés urbaines (plus de 500 000 habitants) qui se voient dotées de compétences et d'outils renforcés en matière de gestion et d'aménagement de l'espace. Les lois de 2004 et 2010 visent à rationaliser et achever le renforcement des compétences de ces structures en matière d'aménagement du territoire et de développement économique autour de la notion de projet de territoire. Par ailleurs, la réforme des collectivités territoriales de 2010 crée deux nouvelles formes d'association : la métropole pour les intercommunalités les plus importantes et le pôle métropolitain, forme de syndicat mixte regroupant des intercommunalités à fiscalité propre.

Les premiers projets de territoire intégrant des aspects liés à la valorisation des circuits courts de proximité ont été portés par des Pays ou des Parcs Naturels Régionaux (PNR) dans le cadre des appels à projets LEADER. Ils visaient principalement la valorisation des productions sur les marchés locaux, via l'organisation de circuits de vente directe et / ou la création de plateformes d'approvisionnement de la restauration collective en produits biologiques. Pourtant, le développement de ces circuits courts et de proximité est rarement la pierre angulaire de la stratégie territoriale des territoires organisés (Dumain, Maurines, 2012). Ainsi, en France pour la programmation LEADER 2000-2006, seuls dix groupes d'action

locale (GAL), soit environ un sur treize, avaient bâti leur stratégie de développement autour de la valorisation des produits locaux<sup>95</sup>. L'Aquitaine se situe dans cette moyenne, puisqu'en 2011, sur les quatorze GAL qu'elle comptait, un seul avait construit sa stratégie autour de cet enjeu, le Pays du Périgord vert, en Dordogne. Néanmoins, si les projets de territoire ne sont pas orientés principalement vers la valorisation des produits locaux via des circuits courts, ils comportent souvent un volet agricole les amenant ensuite à intervenir sur des projets en lien avec la commercialisation, comme le montre l'exemple suivant :

*« Par exemple, je prends le Périgord vert. Alors eux, c'est un territoire qui a une grande expérience sur LEADER parce que je crois que c'est leur troisième programme. Et donc très rapidement ils ont regardé leur territoire, ils ont dit que c'était un territoire éminemment agricole, ils ont créé beaucoup d'espaces de dialogue avec l'ensemble des représentants agricoles sur le secteur et ils se sont rendus compte que c'était une thématique sur laquelle il y avait besoin d'énormément d'ouverture dans un premier temps, d'énormément de communication, de meilleures connaissances du secteur. Donc il y a eu beaucoup d'actions. Il y a eu le réseau des fermes ouvertes, Fenêtres sur fermes... qui étaient des actions visant à faire rentrer le public sur les exploitations, pour contrer un certain nombre d'images, pour qu'ils aient une meilleure connaissance de leur territoire, etcetera. Et progressivement on est allé sur des éléments liés à la commercialisation. » (CT5)*

De fait, à la fin des années 2000, les programmes LEADER ont permis à de nombreux territoires de projet de mettre en œuvre des expérimentations en lien avec la valorisation des produits issus de l'agriculture du territoire via des circuits courts, même si tous ces projets n'ont pas forcément été portés dans le cadre du dispositif LEADER :

*« Et c'est vrai que le programme LEADER a été véritablement un creuset... et je parle d'actions qui datent plutôt des années 2000. Ils étaient très en avance par rapport à ça. Mais c'est vrai que le boom des expériences menées par les territoires sur les circuits courts c'est plutôt sur les dernières années tout de même. LEADER c'est une composante importante, les pays ça en est une aussi. Tous les projets qui ont émergé ne se sont pas forcément faits dans le cadre du programme LEADER, mais ce qu'il y a c'est que LEADER offre une possibilité d'expérimenter, c'est-à-dire d'avoir le droit à l'erreur. » (CT5)*

---

<sup>95</sup> Source : Programme de Développement Rural Hexagonal (PDRH), 6<sup>ème</sup> version, « Etat des lieux et stratégie », 2007, p. 32

L'intérêt des collectivités infradépartementales pour le développement de circuits courts territorialisés est généralement expliqué comme étant la conséquence plus ou moins directe de la diffusion des normes transversales du développement durable amenant à valoriser des formes d'agriculture multifonctionnelle en prise avec le développement territorial (Rieutort, 2009), le développement urbain (Gaigné et al., 2011 ; Bonnefoy, Brand, 2014) et participant à l'amélioration de la souveraineté alimentaire des territoires. Pourtant, cette explication mécaniste de l'inscription du développement des circuits courts à l'agenda des collectivités territoriales comme résultat de la diffusion des normes de développement durable néglige les stratégies des acteurs et la manière dont ces dispositifs et ces normes leur permettent de traiter des problèmes définis localement, en fournissant un cadre général à leurs actions traitées jusque-là de manière éparse :

*« Là c'est moi qui dis ça, mais pour moi c'est parce qu'on a posé par ailleurs la question, peut-être qu'on n'a pas trop su où la mettre, comme tous ces problèmes transversaux, donc on l'a mise dans l'Agenda 21. Je le vois plus comme ça que dans le sens inverse. C'est pas l'Agenda 21 qui a dit : « Attention, il faut traiter la question alimentaire ». C'est plus quelqu'un qui dit « On a un problème de souveraineté alimentaire » et l'Agenda 21 c'est le bon réceptacle. » (CT7)*

Dans ce contexte, la mise en œuvre des Agendas 21 ou la rédaction de documents de planification urbaine sont saisis par ces acteurs comme des boîtes à outils permettant d'intégrer à l'agenda politique local le traitement des problématiques agricoles et alimentaires et de les rattacher à la problématique plus globale du développement durable. On voit ainsi apparaître, à mesure que les collectivités girondines s'approprient la thématique des circuits courts, des formes d'action portant sur le développement et l'organisation d'une offre alimentaire gouvernée à l'échelle locale, dans lesquelles ces acteurs jouent un rôle prépondérant, en agissant comme de véritables intermédiaires de marché permettant l'adéquation entre offre et demande.

En effet, ils agissent à la fois sur l'offre, en impulsant la création de démarches collectives de producteurs commercialisant via des circuits courts, et sur la demande, par l'institutionnalisation de marques territoriales destinées à rendre lisible l'offre ou en communiquant auprès des consommateurs, qui peuvent être de simples citoyens, des groupes de consommateurs, des entreprises ou des agents des collectivités (cuisiniers, gestionnaires), sur l'existence de circuits courts de proximité. Entre 2010 et 2015, de nombreuses démarches initiées par les collectivités infradépartementales se sont développées en Aquitaine et en

Gironde autour de ces deux aspects liés à la valorisation de l'offre et à la stimulation de la demande.

Une partie importante du travail réalisé par les collectivités infradépartementales en vue de développer des systèmes alimentaires localisés réside premièrement dans l'identification des producteurs du territoire. Ce travail repose sur des démarches au caractère souvent très empirique, du fait d'un refus quasi systématique de la Chambre d'agriculture de la Gironde de fournir aux agents des collectivités la liste des agriculteurs présents sur leur territoire, les obligeant à traiter avec les Associations de Développement Agricole et Rural (ADAR), plus enclines à fournir les informations en question :

*« Donc tous les réseaux ou les sites Internet où l'on pouvait trouver les coordonnées de producteurs je les ai épluchés. Et après j'ai missionné la Chambre d'agriculture mais qui ne m'a jamais répondu pour qu'on ait les fichiers de nos producteurs locaux. Mais par contre j'ai eu un rendez-vous avec l'ADAR, l'émanation locale de la chambre, qui à l'époque ne l'était pas, c'était une association indépendante, mais elle l'est devenue entre-temps, et voilà, le responsable m'a donné ses fichiers. Donc on avait quand même une base. Et après, j'ai fait différentes recherches, les "on dit" sur le territoire. En gros, les gens connaissaient des pratiques de circuits courts ou de vente directe, ou de mise en relation directe de producteurs et de consommateurs, mais c'était du... de l'info au petit bonheur, la chance et du téléphone arabe. » (CT13)*

L'identification de l'offre locale donne en général lieu à la production par les collectivités d'un annuaire recensant l'ensemble des producteurs du territoire vendant en circuits courts. Dans le cas précédent, ce travail a donné lieu à la constitution d'un annuaire en ligne, recensant à la fois les producteurs en circuits courts et les Amap du territoire<sup>96</sup>. Ces annuaires contribuent à rendre visibles les agriculteurs auprès des consommateurs, notamment ceux qui, de par leurs modes de commercialisation (vente à la ferme), sont plus difficilement accessibles, et donc à permettre une première forme de rencontre entre offre et demande.

Au-delà de ces démarches d'identification de l'offre, de nombreux territoires réalisent aussi des diagnostics visant à évaluer les pratiques d'approvisionnement des consommateurs et / ou des commerçants ou des services de restauration collective du territoire et leurs attentes afin de mesurer le potentiel de développement des circuits courts de proximité. Bordeaux Métropole a ainsi réalisé, en 2015, une enquête portant sur les attentes alimentaires des

---

<sup>96</sup> L'annuaire des producteurs du Pays Haute-Gironde est disponible à l'adresse suivante : <http://producteurs-haute-gironde.fr/index.php/produits-producteurs-haute-gironde>

Bordelais, avec une attention spécifique sur la question de la proximité des produits et des achats en circuits courts. Certains Pays, comme le Pays-Médoc ou le Pays Haut-Entre-Deux-Mers ont, eux, réalisé des diagnostics de l’approvisionnement de leurs services de restauration collective pour analyser le potentiel de ces marchés pour les producteurs locaux.

Ces démarches de recensement et d’identification sont aussi, pour les collectivités, une première manière d’entrer en contact avec les producteurs afin de faire émerger des démarches collectives liées à la valorisation des produits locaux en circuits courts, comme des marchés de producteurs, des boutiques collectives ou des plateformes d’approvisionnement de la restauration collective. Dans ce cas, un des travaux mis en œuvre par les agents des collectivités consiste à faciliter la rencontre entre des publics ne se connaissant pas forcément, ou évaluant mal les contraintes des autres catégories d’acteurs. La mise en forme de ce travail passe souvent par l’organisation de journées d’échange, notamment pour le développement des approvisionnements locaux en restauration collective, permettant aux producteurs d’échanger sur leurs pratiques avec des cuisiniers ou des gestionnaires d’établissements publics<sup>97</sup> :

*« Donc du coup, c’est vrai que nous, ça nous intéressait d’identifier les producteurs qui seraient susceptibles d’approvisionner les cantines, peut-être les restaurateurs, et savoir aussi vers quoi ils voudraient aller au-delà de la vente directe à la ferme. Donc du coup on a envoyé ce questionnaire au fichier de l’ADAR, aux différents réseaux, parce qu’il y a des producteurs qu’on avait pu identifier par les réseaux. On a essayé de ratisser au maximum. Ça nous a permis d’identifier 24 producteurs dans le guide qui est sorti en 2011. Et du coup, en parallèle de ça, l’idée c’était de travailler sur l’introduction des produits locaux dans la restauration collective. Donc on avait fait des réunions qu’on avait appelées “Collectivités / Producteurs”, où l’idée c’était de faire venir des collectivités intéressées pour faire de l’approvisionnement en local, ou alors qui le faisaient déjà, et des producteurs qui nous avaient répondu dans ce fameux questionnaire qu’ils étaient intéressés, ou qu’ils le faisaient déjà, ou qui envisageaient*

---

<sup>97</sup> En Gironde et en Aquitaine, ces démarches bénéficient de l’accompagnement de l’interprofession régionale de l’AB, Arbio Aquitaine, en partenariat avec une association spécialisée dans l’accompagnement de ces démarches d’introduction de produits biologiques en restauration collective, 1+Bio. Ces acteurs réalisent plutôt un travail en direction de l’aval, par rapport à la formation des cuisiniers et / ou des gestionnaires sur la particularité du travail réalisé avec des fournisseurs locaux et / ou les questions liées à la maîtrise du surcoût généré par l’introduction de produits biologiques. Les collectivités infradépartementales travaillent à la fois en amont et en aval, en repérant et structurant des collectifs de producteurs désireux d’élargir leurs circuits de distribution, ainsi que les acteurs de la demande intéressés par ces démarches. A l’inverse, la Chambre d’agriculture de la Gironde n’intervient pas sur ces problématiques, les élus n’ayant pas souhaité s’engager dans ces démarches.

*de pouvoir approvisionner la restauration collective. Du coup, on a organisé ces réunions, on en a fait plusieurs, à chaque fois on avait du monde mais en fait on a quand même eu du mal... En termes de suite, il y en avait assez peu. » (CT10)*

Cet exemple montre bien le double travail mené par les collectivités sur la mise en visibilité de l'offre existante sur le territoire vis-à-vis des clients potentiels (dans le cas présent, les collectivités intéressées pour faire de l'approvisionnement), autant que sur la structuration de réseaux de producteurs tournés vers les circuits de proximité. Il montre aussi les difficultés auxquelles sont confrontées les collectivités locales en matière de structuration de ces modes de commercialisation à dimension collective, leurs attentes pouvant ne pas être les mêmes que celles des producteurs en matière de commercialisation. Dans le cas présent, les élus du territoire avaient donc initialement ciblé l'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux. Pourtant, ces réunions d'échange n'ont pas débouché sur la mise en œuvre d'une démarche collective autour de ces circuits. En effet, la demande des agriculteurs portait à l'origine plutôt sur l'organisation d'une boutique collective. Toutefois, les agents du Pays concerné ont tempéré ces ardeurs, du fait de l'échec, quelques années auparavant, d'une démarche similaire sur le territoire. Finalement, cette dernière solution ne sera pas non plus mise en œuvre, les producteurs optant finalement pour l'organisation sous forme de drive, après la présentation de celui-ci par les techniciens de la Chambre d'agriculture, lors d'une réunion organisée par le Pays :

*« Début 2013 on avait décidé de travailler sur la commercialisation collective. Certains producteurs voulaient faire une boutique collective. On avait beau leur rappeler les échecs qu'il avait pu y avoir deux ans avant, ils maintenaient mordicus l'idée de faire une boutique collective. On a lancé un cycle de réunions avec les producteurs. On a fait une première réunion où on leur a présenté le champ des possibles en matière d'organisation collective, qui allait de la boutique collective, de la plateforme en ligne type drive fermier, et puis les plateformes d'approvisionnement. On avait aussi invité la Chambre d'agriculture à venir présenter le drive fermier qui s'était lancé depuis peu. Ensuite on avait réuni à nouveau un groupe de producteurs intéressés, qui s'étaient vraiment positionnés et avaient dit qu'ils étaient intéressés pour se lancer là-dedans dès 2013. Suite à l'identification de ce groupe, on les a mis en relation avec la Chambre d'agriculture, parce qu'ils souhaitaient commercialiser en ligne. Au début, se posait la question de la forme que cela prendrait, parce qu'il y avait plusieurs possibilités, ils pouvaient aussi créer une plateforme tous seuls. Et finalement ils ont choisi un peu la*

*facilité... C'est pas péjoratif quand je dis ça, mais c'est vrai que la Chambre apportait aussi un accompagnement de façon très rapprochée, avec un animateur, un système Internet qui était déjà ficelé, avec un paiement en ligne. Donc c'est vrai qu'ils ont choisi de travailler avec la Chambre. » (CT10)*

Ainsi, la démarche collective initiée par le Pays lui échappe progressivement, les acteurs traditionnels du développement agricole reprenant la main dessus, en proposant un accompagnement logistique et technique pour les producteurs. Toutefois, ces exemples montrent bien la volonté des collectivités d'agir sur la réorganisation des débouchés des exploitations agricoles, en favorisant la valorisation de leurs produits via des circuits courts. Ce faisant, elles n'encouragent pas nécessairement la redéfinition des modes de production des exploitations au profit par exemple de la promotion de l'AB :

*« Moi, personnellement, j'ai rien contre le bio, mais il y a aussi des gens qui ne souhaitent pas cultiver bio, et ils ont aussi besoin de soutien. Donc on n'avait pas... L'idée c'était de pouvoir rassembler tous les producteurs de notre territoire. » (CT10)*

Malgré tout, la question du soutien à des formes d'agriculture labellisées n'est pas absente de la réflexion des collectivités infradépartementales souhaitant intervenir sur le développement de circuits courts de proximité. La Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB)<sup>98</sup>, en partenariat avec le MIN de Brienne, puis Agrobio Gironde, a ainsi entrepris à partir de 2010 de créer une plateforme de producteurs labellisés en AB sur le MIN afin de permettre l'approvisionnement des commerçants et des restaurateurs en produits biologiques locaux, valorisés par un circuit court<sup>99</sup>. Ce projet a finalement vu le jour en 2013, sous la forme d'une SCIC, Loc'Halle Bio regroupant des producteurs girondins, lot-et-garonnais, charentais, landais, périgourdin, tous labellisés en AB. De même, la stratégie de développement de circuits courts de proximité du Pays Médoc associe-t-elle une réflexion en termes de circuits de commercialisation et de modes de production. En effet, en partenariat avec une Organisation Non Gouvernementale (ONG) depuis 2013, ce Pays porte un projet de couveuse agricole afin de redynamiser le tissu agricole local. Comme le montrent D. Capt et al. (2014), les collectivités menant des politiques volontaristes d'installation de nouveaux agriculteurs peuvent ainsi peser sur leurs choix en matière de filières accompagnées (le

---

<sup>98</sup> La CUB a été remplacée par Bordeaux Métropole depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015

<sup>99</sup> Ce projet partait d'un double diagnostic : la disparition des producteurs du carreau du MIN et l'absence d'opérateurs commercialisant des produits biologiques sur ce dernier.

maraîchage étant souvent privilégié), de modes de production (biologiques) et d'orientations commerciales (vente directe et restauration collective) :

*« Donc finalement, notre point de vue, c'est celui-là : essayons de réinvestir des terres qu'on a plus ou moins abandonnées, qui sont des terres agricoles riches, et pour leur donner une valeur, faisons en sorte que la production sur ces terres soit une production maraîchère à destination d'un marché local. [...] Une abeille qui a été dans la Ruche, à qui on a mis à disposition un terrain pour trente ans, quarante ans, un terrain communal, si elle produit pour aller vendre aux Sables d'Olonne ou à Poitiers, on fera la gueule quand même. C'est-à-dire qu'il y a un marché local, quand même. » (CT11)*

Ces démarches ont encore un caractère faiblement stabilisé, du fait d'un manque d'expérience des collectivités dans leur accompagnement et de la distance institutionnelle qu'elles entretiennent avec les agriculteurs (Chevallier et al., 2014). Cette distance peut, dans certains cas, se traduire par une méfiance réciproque quant à la crédibilité de l'engagement de chacun dans ces démarches. Cependant, comme tous ces exemples le montrent, l'intervention de ces acteurs ne se limite pas à la stabilisation d'institutions portant sur les relations de financement, qu'elles n'ont d'ailleurs souvent pas les moyens de prendre en charge de manière unilatérale, sans l'aide d'échelons de gouvernement supradépartementaux.

Leur rôle, comme nous l'avons vu, consiste plutôt à stabiliser de nouveaux rapports institués de production et de commercialisation. En effet, elles tentent d'une part de redéfinir à la fois les circuits et les échelles de distribution légitimes, en valorisant les systèmes reposant sur des circuits courts localisés, plutôt à destination des consommateurs finaux et / ou de l'approvisionnement des restaurants publics (et ce même si l'approvisionnement des commerçants ou des restaurateurs privés peut être problématisé localement, en fonction des opportunités offertes par les configurations territoriales spécifiques<sup>100</sup>). D'autre part, elles peuvent également tenter de peser sur les rapports de production, en cherchant à valoriser le développement des modes de production biologiques, notamment quand elles mènent une politique volontariste d'accompagnement à l'installation de nouveaux agriculteurs, et des maraîchers en particulier. Ce faisant, elles contribuent à redéfinir les dynamiques de qualification des produits, en mettant en avant leur dimension locale et, souvent mais pas

---

<sup>100</sup> C'est notamment le cas de la communauté de communes Lacq-Orthez, étudiée dans le cadre du projet régional portant sur la distribution des fruits et légumes frais. Cette collectivité a problématisé, en partenariat avec son office de tourisme local, la qualité des produits servis dans les restaurants de son territoire. Elle a ainsi cherché à promouvoir une marque, les Assiettes de Pays, afin de valoriser les restaurateurs s'approvisionnant auprès de producteurs locaux.

nécessairement, leur qualité supérieure, en privilégiant les produits sous signes de qualité. Cependant, même si ces fonctions d'intermédiation marchande sont plutôt assurées par des collectivités infradépartementales, les Conseils généraux, voire les Conseils régionaux peuvent aussi assumer des fonctions s'en rapprochant, en promouvant des marques territoriales ou en accompagnant les collectivités infradépartementales dans le repérage et la sélection des producteurs :

*« Par exemple la Région a créé une marque « Produits ici en Aquitaine » qui a vocation à identifier les produits régionaux sur les marchés de plein air. Donc l'idée c'est de... on ne donne pas d'argent à proprement parler, mais on offre de la visibilité sur les marchés pour valoriser les commerçants qui s'approvisionnent localement et en circuits courts, auprès de producteurs. [...] En fait c'est à la fois pour les producteurs qui sont en vente directe, et pour les revendeurs qui s'approvisionnent en circuits courts, directement auprès de producteurs. » (CT1)*

*« Après, y a des restaurations collectives, sur des petits marchés, qui choisissent leur producteur et nous on est là pour leur dire : « celui-ci plutôt que celui-là » et pour attirer leur attention sur le fait qu'il vaut mieux prendre celui qui est certifié quelque chose plutôt que celui qui a rien de certifié. » (CT6)*

Ainsi, dans le cadre du gouvernement territorial des circuits courts de proximité, réduire l'action des collectivités territoriales (Conseil régional ou général, Pays, communautés de communes, d'agglomération, métropoles ou communes) à la production d'institutions stabilisées dans des instruments d'action publique portant sur les rapports de financement, ne permet pas de comprendre la complexité du travail qu'elles déploient en vue de développer ces modes de commercialisation. Elles pèsent en effet sur les dynamiques de la qualification des produits et sur la structuration des débouchés pour les producteurs locaux. En cela, les collectivités territoriales contribuent à stabiliser de nouvelles institutions encadrant les rapports de commercialisation, en encourageant la rencontre entre acteurs de l'offre et de la demande liés par des relations de proximité géographique. Par ailleurs, elles peuvent aussi, en lien avec la stabilisation de ces institutions encadrant les relations de commercialisation, peser sur la stabilisation d'institutions encadrant les modes de production, en encourageant le développement de certaines formes d'agriculture, comme l'AB.

\*

\*        \*

Marginalisés par les *titulaires* du gouvernement du secteur, les circuits courts ont longtemps fait office de circuits de commercialisation mobilisés principalement par des exploitations « hors-normes », ne correspondant pas au modèle dominant souhaité par l'Etat et les organisations professionnelles dominantes. De fait, ils ont régulièrement été promus comme la vitrine d'un modèle de développement agricole alternatif s'opposant aux logiques de volumes et de normalisation ayant contribué à éloigner géographiquement, socialement et culturellement agriculteurs et consommateurs.

Le travail de politisation réalisé par les *challengers*, associant circuits courts et alternative au modèle de développement agricole dominant, s'est traduit par la publicisation des enjeux associés à ces modes de commercialisation et la construction d'un problème public autour de leur prise en charge. Cette question est d'abord saisie à l'échelle nationale, par le ministère de l'Agriculture, qui, en mettant en avant la plus-value économique de ces démarches pour les exploitations, a réussi à techniciser les débats et à stabiliser une définition relationnelle de ces modes de commercialisation, à partir de laquelle un plan d'action national, a mis été en œuvre à l'échelle régionale, par les DRAAF et les Conseils régionaux.

Localement, cette politique s'est traduite par la création d'aides à l'investissement pour les entreprises, les organisations professionnelles et les collectivités souhaitant développer ces modes de commercialisation. Ces dernières assument en effet des fonctions d'intermédiaires marchands et contribuent à institutionnaliser de nouveaux rapports de distribution et de production. En effet, elles interviennent principalement sur la mise en œuvre de circuits de vente directe ou indirecte, individuels ou collectifs, localisés sur leur territoire, par une action d'identification de l'offre et de la demande et de construction de proximités organisées (Torre, Beuret, 2012) entre producteurs et consommateurs. Comme nous avons pu l'évoquer par endroits, mais sans le souligner particulièrement, ce gouvernement territorial tend également à cibler certaines industries au détriment d'autres.

En particulier, celle des fruits et légumes est très fortement impactée par ce gouvernement territorial cherchant à développer des circuits courts de proximité. Toutefois, si la filière des fruits et légumes frais a mené un véritable travail de prise en charge autour de la rationalisation des circuits en tentant de peser sur la réduction du nombre d'intermédiaires, les questions de valorisation des relations de proximité géographique sont longtemps restées absentes des débats internes à celle-ci et n'ont refait leur apparition qu'à la fin des années 2000.

## CHAPITRE 5 : LA FILIERE ET LES CIRCUITS COURTS DE PROXIMITE. PLURALITE ET INCOMPLETUDE DES ECHELLES DE GOUVERNEMENT

Dans le chapitre précédent, nous avons montré que le développement des circuits courts de proximité faisait, depuis 2009, l'objet d'une politique publique nationale, déclinée et mise en œuvre au niveau régional et infra. Ne visant *a priori* aucune filière particulière, voire même cherchant à rompre avec ces logiques d'organisation pour privilégier une approche territoriale du gouvernement des rapports institués de distribution des produits agricoles, elle peut être appréhendée comme une régulation trans-industrielle. Ce chapitre sera donc consacré à la manière dont cette régulation est définie et mise en œuvre par les acteurs de la filière des fruits et légumes frais. Nous chercherons donc à repérer les *coalitions de cause* qui se nouent autour du développement des circuits courts de proximité et les échelles qu'elles investissent pour cela. En effet, toutes les échelles de gouvernement ne participent pas au gouvernement des rapports institués de distribution de la même manière, en fonction des acteurs qui les investissent et, par ailleurs, s'opposent sur les manières de le faire.

Dans ce contexte, comment les enjeux liés au développement des circuits courts de proximité sont-ils problématisés, instrumentés et légitimés par les acteurs de la filière des fruits et légumes frais ? *In fine*, la mise à l'agenda politique de la filière du développement de ces modes de commercialisation, caractérisés par la réduction du nombre d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs et de la distance géographique entre eux, reconfigure-t-elle les structures de gouvernement de celle-ci et les relations de domination entre *titulaires* et *challengers* qui les orientent ?

Pour répondre à ces deux questions, nous nous appuyerons principalement sur les travaux portant sur le gouvernement européen des économies et des industries (Jullien, Smith, 2008, 2012, 2014). Ceux-ci ont en effet montré d'une part que toute économie, et *a fortiori*, toute industrie (ou filière) était gouvernée à différentes échelles, des plus locales aux plus globales, chaque échelle pouvant en outre se focaliser sur le gouvernement d'un type de problèmes. C'est d'ailleurs ce que nous avons vu dans les deux premiers chapitres : le gouvernement européen de la filière des fruits et légumes frais s'est historiquement institutionnalisé autour de la stabilisation de rapports de distribution, puis de production.

Comme nous le verrons dans ce chapitre, le gouvernement des rapports institués de distribution, au sein de la filière, est lui aussi pris en charge à différentes échelles par des coalitions de cause distinctes. Du fait de la prolifération des échelles de gouvernement et des

possibles relations de concurrence qu'elles peuvent entretenir entre elles, une échelle ne peut s'imposer irrémédiablement et définitivement aux autres, dans la définition, la légitimation et l'instrumentation des problèmes (Carter, Smith, 2008). Le gouvernement des circuits courts de proximité au sein de la filière des fruits et légumes frais, entre 2012 et 2015, apparaît ainsi pris en charge par plusieurs échelles territoriales, sans que l'une ne s'impose définitivement aux autres, traduisant un processus d'institutionnalisation encore inachevé. Afin de mettre en évidence cette pluralité d'échelles de gouvernement au sein de la filière des fruits et légumes frais et la manière dont les enjeux associés au développement des circuits courts de proximité sont problématisés, instrumentés et légitimés par les acteurs, nous repèrerons trois coalitions de cause qui s'opposent sur l'institutionnalisation des circuits courts de proximité comme nouvelle norme des échanges marchands.

Un des apports importants de la science politique contemporaine a été de montrer le rôle des coalitions de cause (*advocacy coalitions*) dans la stabilité ou le changement au niveau des régimes politiques, à tel point que cette notion a servi de base à la fondation d'un modèle d'analyse (Sabatier, 1987 ; Sabatier, 1988 ; Sabatier-Jenkins-Smith, 1993) dont les apports sont par ailleurs complémentaires d'autres modèles, comme ceux des communautés épistémiques, de l'équilibre partiel ou des flux (Meijerink, 2005). L'unité analytique de base de ce modèle est celle des sous-systèmes politiques. Ceux-ci renvoient aux acteurs issus d'une variété d'organisations privées et publiques activement concernés par un problème politique (tel que la pollution, les systèmes de taxes, etc.), engagés dans des échelles de gouvernement variées et qui cherchent à participer activement à sa formulation et sa résolution.

A l'intérieur d'un sous-système, tel que la filière des fruits et légumes frais, les acteurs peuvent être agrégés au sein de coalitions de cause « composées de gens d'organisations variées qui partagent un ensemble de croyances normatives et causales et qui agissent souvent de concert » (Sabatier, 1987, p. 652)<sup>101</sup>. Les stratégies conflictuelles menées par chacune de

---

<sup>101</sup> Cette notion est donc relativement proche de celle de « réseau d'action publique », définie comme « le résultat de la coopération plus ou moins stable, non hiérarchique, entre des organisations qui se connaissent et se reconnaissent, négocient, échangent des ressources et peuvent partager des normes et des intérêts. Ces réseaux jouent alors un rôle déterminant dans la mise sur agenda, la décision et la mise en place de l'action publique. » (Le Galès, 1995, p. 14). Le point commun à ces deux notions est de montrer le rôle des acteurs et des liens qu'ils tissent entre eux en fonction de leurs intérêts, de leurs stratégies, mais aussi des significations et des valeurs qu'ils partagent (Smith, 1995) dans la stabilisation ou la déstabilisation d'une politique publique. L'intérêt de cette notion de réseau d'action publique, entendue dans un sens proche de celle de coalition de cause, est de mettre à parité les acteurs, qu'ils soient privés, politiques ou gouvernementaux, administratifs, associatifs ou encore professionnels (ou en tout cas à ne pas postuler d'emblée des relations hiérarchiques entre les acteurs de la classe politique ou gouvernementale et le reste), en réservant à l'analyse empirique le soin de révéler l'existence de relations hiérarchiques entre eux.

ces coalitions de cause sont souvent médiées par un groupe d'acteurs tiers, les « courtiers politiques » (*policy brokers*), dont la préoccupation principale est de trouver un compromis permettant d'atténuer l'intensité du conflit entre coalitions de cause. Enfin, le concept de coalition de cause, bien que fondé pour étudier *a priori* plutôt des situations de stabilité ou de changement de politique publique, semble fournir une ressource analytique pertinente pour rendre compte des mobilisations collectives autour de problèmes au caractère partiellement public.

Ainsi, ce concept peut être appliqué de manière heuristique pour analyser la manière dont est gouvernée une filière comme celle des fruits et légumes. En effet, celui-ci peut être considéré comme un sous-système politique au sens de P. Sabatier (1987), puisqu'il met en jeu des acteurs privés et publics qui s'allient autour de valeurs partagées, et qu'il est influencé par des éléments extérieurs qui contribuent à peser sur les contraintes et les ressources mobilisables par les coalitions de cause dans la lutte qui les oppose pour la définition et l'appropriation des problèmes et la mise en œuvre d'instruments de politique publique servant leurs intérêts.

Nous chercherons à montrer dans ce chapitre que le problème politique de la commercialisation des fruits et légumes oppose deux coalitions de cause principales qui correspondent chacune aux *titulaires* et aux *challengers* de la filière. La première regroupe des acteurs du monde agricole qui assument des positions de titulaires et se révèlent sceptiques quant à la capacité structurante des circuits courts de proximité au sein de la filière. Cependant, la nouvelle hiérarchisation des valeurs promue par les défenseurs les plus ardents des circuits courts de proximité ne déstabilise pas leurs systèmes de croyance qui portent principalement sur des enjeux liés à la définition et à la maîtrise de la qualité des fruits et légumes. Pour autant, et malgré leurs réticences à n'envisager la distribution que via ces circuits relocalisés, ils intègrent ces questions liées à la commercialisation au sein de l'ordre institutionnel de la filière.

Composée justement des supporters inconditionnels d'un autre modèle de développement agricole (dont les circuits courts ne sont qu'une composante parmi d'autres), la seconde coalition de cause est constituée des *challengers* du gouvernement de la filière : collectivités territoriales, organisations de développement agricole alternatives, producteurs individuels commercialisant principalement en circuits courts. Pour ces acteurs, la pertinence des circuits courts de proximité ne pose pas question, et ils cherchent à peser sur la promotion de nouvelles institutions encadrant les relations de commercialisation et de production,

principalement à l'échelle locale, là où les *titulaires* cherchent plutôt à institutionnaliser de nouveaux instruments de politique publique à l'échelle européenne.

Enfin, un troisième groupe, assumant une fonction de courtage politique, est composé notamment par les distributeurs qui, s'ils sont eux aussi sceptiques quant à la possible généralisation de ces modes de distribution, gardent un œil attentif sur eux et leur développement, qu'ils peuvent encourager pour diverses raisons, plus ou moins opportunistes. Comme nous le montrerons, ces trois groupes cherchent à peser différemment, et avec plus ou moins de succès, sur la production et la déstabilisation des institutions encadrant les relations de commercialisation de la filière.

En définitive, nous cherchons à montrer dans ce chapitre que l'institutionnalisation d'un nouveau cadre collectif encadrant les relations de distribution au sein d'une filière ne va pas de soi. Au contraire même, ce processus tend à opposer des groupes qui s'unissent sur la base de systèmes de croyance partagées et cherchent à implémenter des instruments de politique publique correspondant à leur vision de ce que *doit être* la distribution des fruits et légumes. Ceci dit, la multiplication des échelles de gouvernement et leur incomplétude les unes vis-à-vis des autres se traduit par la juxtaposition de différentes manières de penser, légitimer et instrumenter les relations de distribution au sein de la filière, dont les distributeurs parviennent à tirer profit, en se maintenant (plus ou moins volontairement) à la marge des enjeux problématisés à chaque échelle.

Pour présenter ces résultats, nous procéderons en deux temps. Dans une première section, nous présenterons les luttes qui opposent *challengers* et *titulaires* autour de la stabilisation d'instruments destinés à promouvoir les circuits courts de proximité au sein de la filière. Nous montrerons en particulier que les deux coalitions de cause que nous avons identifiées s'opposent sur des enjeux de qualité, chacune d'entre elles défendant une conception de celle-ci par rapport aux modèles de distribution qu'elles souhaitent légitimer. De fait, elles mettent en œuvre des stratégies opposées dans la construction de l'intérêt des circuits courts de proximité du point de vue de l'intérêt général de la filière (tandis que les distributeurs, eux, jouent de manière stratégique avec la manipulation des registres de politisation ou de dépolitisation des problèmes). Cependant, à l'échelle du gouvernement européen de la filière, les instruments de politique publique cherchant à promouvoir ces modes de distribution ne remettent fondamentalement pas en cause ni l'organisation des marchés, ni la structuration de la filière autour des groupes coopératifs.

Dans une seconde section, nous déplacerons la focale de l'échelle européenne aux échelles locales de gouvernement de la filière, afin d'étudier la manière dont le développement des circuits courts de proximité est problématisé, instrumenté et légitimé à ces échelles. Nous montrerons ainsi qu'en Gironde, les enjeux du développement des circuits courts de proximité sont progressivement dépolitisés et donnent lieu à de nouvelles alliances entre *challengers* et *titulaires* autour de la réorganisation des marchés de la filière et de l'installation de nouveaux agriculteurs pour lutter contre un problème cadré en termes de souveraineté alimentaire par les *challengers*.

## **1. Luites autour des instruments en faveur des circuits courts de proximité dans la filière**

Alors que la filière des fruits et légumes frais s'est structurée autour de l'institutionnalisation des rapports de distribution visant à permettre la généralisation de marchés spatialement étendus, l'intérêt croissant exprimé par une partie de ses acteurs vis-à-vis du développement des circuits courts de proximité vient perturber ces logiques instituées par les *titulaires*. Le développement de ces modes de commercialisation et l'importance que cherchent à leur attribuer les *challengers* du gouvernement de la filière polarisent un certain nombre de tensions entre ces deux groupes.

Nous nous attacherons donc ici à montrer comment ces deux coalitions de cause (à laquelle nous en ajouterons une troisième, les distributeurs) problématisent, instrumentent et légitiment la place et le rôle de ces circuits courts de proximité au sein de la filière. Nous verrons ainsi que les luttes pour l'institutionnalisation et la reconnaissance de l'intérêt de ces circuits passent par des conflits opposant *titulaires* et *challengers* à propos de la définition des modèles de qualité instituée. Alors que les *challengers* cherchent à créer de nouvelles associations entre types de circuits et qualité des fruits et légumes, les *titulaires* cherchent à les invalider, voire à les retourner, en faisant valoir que les circuits courts de proximité, moins contrôlés, permettent la mise en marché de produits de qualité inférieure à celle requise dans les circuits d'expédition.

Ce que donne à voir l'opposition entre ces coalitions de cause par rapport à la mise en question de ces liens, ce sont des stratégies de politisation ou au contraire de dépolitisation des enjeux associés au développement de ces modes de distribution. Ainsi, les *challengers* en font une ressource dans la critique qu'ils adressent à l'organisation globale de la filière et la prédominance des circuits longs et / ou d'expédition. De leur point de vue, la faiblesse de

l'importance représentée par les circuits courts dans les parts de marché de la filière témoigne avant tout du pouvoir et de la légitimité des *titulaires* dans le contrôle des orientations du développement de celle-ci plutôt que d'une supériorité intrinsèque des circuits d'expédition. Sans grande surprise, les *titulaires* cherchent à dépolitiser les enjeux associés aux choix de l'organisation des marchés de la filière, en naturalisant celle-ci. Pour eux, le développement des circuits courts de proximité n'est qu'une façade politique permettant à certains challengers de tirer leur épingle du jeu politique dans lequel ils sont engagés, sans que ces stratégies ne servent les intérêts de la filière prise dans son ensemble, et dont ils s'estiment les représentants légitimes. Entre ces deux groupes, nous montrerons que les distributeurs mobilisent alternativement les arguments de chacune de ces coalitions, politisant et dépolitisant tour à tour les enjeux du développement de ces modes de distribution.

### **1.1. La qualité au cœur des débats sur les circuits courts de proximité**

Le travail des acteurs dominant le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais a porté sur deux éléments. Leur effort a été orienté vers une organisation de la production autour d'organisations collectives visant d'une part à rééquilibrer les relations de négociation avec l'aval et d'autre part à se doter des mêmes définitions instituées de la qualité. Comme nous l'avons montré dans le premier chapitre, les distributeurs ont très fortement pesé sur ces dynamiques de qualification en privilégiant une définition visuelle de la qualité. Ces normes de qualité font l'objet d'allant-de-soi pour les acteurs agricoles les plus engagés sur les marchés de gros, que ceux-ci reposent sur des relations de gré-à-gré ou sur des ventes à distance. De leur point de vue, la généralisation des circuits courts (de proximité ou non) fait ainsi peser un risque de dégradation de la qualité des fruits et légumes mis en marché, du fait de l'absence de contrôles et d'un affranchissement vis-à-vis des normes de qualité institutionnalisées. Afin de reproduire les institutions existantes, ces acteurs se rattachent aussi souvent, d'autre part, à une organisation verticale et collective de la filière, qu'ils craignent de voir mise à mal par la promotion de circuits courts de proximité mettant en jeu des producteurs et des consommateurs individuels. La mise en lumière de ces deux éléments (risque d'une déstructuration de la filière et d'une dégradation de la qualité des fruits et légumes mis en marché via des circuits courts de proximité) constitue, comme nous allons le voir, le cœur des critiques qu'ils adressent à la promotion des circuits courts de proximité.

Premièrement, la plupart des *titulaires* (producteurs et OP spécialisés, représentants des organisations professionnelles dominantes et des filières produits) construisent et se représentent ces circuits et leur développement comme des menaces potentielles du point de

vue de la structuration et de la régulation de la filière. Dans une région dans laquelle les producteurs se sentent attaqués par leurs concurrents étrangers (principalement espagnols et marocains, mais pas seulement) avec lesquels ils ne peuvent généralement pas entrer en concurrence par les prix, l'intérêt affiché par les producteurs comme les pouvoirs publics pour ces modes de commercialisation leur fait craindre un effritement des solidarités professionnelles. Ce glissement vers des stratégies individualistes, à terme, minerait encore plus leurs capacités de négociation avec les distributeurs vis-à-vis de cette concurrence étrangère :

*« L'ultra-court et l'ultra-proximité ont leurs dangers. Il faut faire attention aussi à réfléchir à une structuration de la production, parce qu'il n'est pas non plus souhaitable que les producteurs aient des projets individuels sans réfléchir non plus aux conséquences pour l'ensemble de la profession, et je suis un peu alerté en ce moment de voir des financements publics aller vers des projets plutôt de type individuel. Et puis, la structuration de la production, l'organisation collective, est à mon avis un préalable qui n'est pas atteint aujourd'hui. La production souffre encore beaucoup trop de son éclatement. » (OP3)*

Autrement dit, dans un contexte marqué par un impératif (non atteint) de concentration des structures de première mise en marché pour répondre à la concurrence des producteurs étrangers et aux demandes de la grande distribution, la promotion de circuits courts individuels par les pouvoirs publics ne servirait pas l'intérêt général de la filière et des acteurs de l'amont qui la composent. Pour ces *titulaires*, le développement des circuits courts de proximité ne doit donc pas remettre en question l'organisation collective de la filière autour des groupements. Celle-ci permet en effet à la fois de maintenir les producteurs sur le marché en rééquilibrant les rapports de force vis-à-vis de leurs concurrents étrangers et des distributeurs, mais aussi de garantir une certaine qualité, par opposition à des circuits individualistes dans lesquels chacun cherche à « défendre sa peau » :

*« Et donc notre circuit court, puisque c'est ça l'objectif de notre discussion, chez nous il n'a rien à voir avec ce que l'on entend à l'extérieur, où c'est chacun qui défend sa peau, l'un à côté de l'autre, au détriment de l'autre s'il le faut, pour vendre ses pommes et pas celles de son voisin. Ce sont des circuits où la qualité compte peut-être moyennement. » (OP1)*

Comme on le voit à travers cet extrait d'entretien, certains *titulaires*, comme ce directeur d'OP spécialisée dans les fruits à coque, n'hésitent pas à mettre en cause la qualité

des produits distribués en circuits courts de proximité, en arguant du fait que ces circuits permettent la mise en marché de produits ne répondant pas aux standards qualitatifs des circuits d'expédition, plus élevés. Comme cela a en effet été souligné à plusieurs reprises dans la littérature afférente à la distribution des produits agricoles et des fruits et légumes en particulier (Vincq et al., 2010 ; Magrini et al., 2011 ; Bernard de Raymond, 2013 ; Praly, Chazoule, 2013), les conventions de qualité instituées au sein des systèmes de vente directe diffèrent de celles ayant cours dans les circuits d'expédition. Les critiques formulées par les *titulaires* à l'encontre des circuits courts de proximité portent alors plus sur les stratégies opportunistes des producteurs qui mettent en marché des produits de qualité inférieure aux standards des marchés d'expédition, voire des produits déclassés qui nuisent à l'image de qualité promue par les responsables des filières. Ce responsable expose plus loin dans l'entretien sa position quant à la qualité des fruits à coque commercialisés en circuits courts de proximité :

*« On a beaucoup de ces circuits courts, de ces circuits de proximité, qui ne sont pas des produits de bonne qualité, qui sont simplement des opportunités, de la part de producteurs qui parce qu'ils sont de proximité, vendent des produits de moins belle qualité au consommateur qui est plutôt, un peu dupé, je dirais. On parlera du bio, si vous voulez, le faux bio qu'on trouve un peu partout. On trouve beaucoup de simili-bio qui sont des produits de moins bonne qualité, pas bien travaillés. Et on a beaucoup eu, en noix, c'est classique, vous trouvez une noix dégueulasse sur les marchés locaux. En Périgord on trouve une noix extrêmement médiocre, c'est une noix que l'on n'a pas réussi à vendre, et il y a toujours un petit Anglais pour les acheter, et ça, nous on ne veut plus ça du tout. » (OPI)*

L'absence de labels, de certifications ou de références attestant d'un niveau de qualité garanti par un cahier des charges est ainsi saisie par ces acteurs comme un élément supplémentaire permettant de décrédibiliser l'intérêt porté à ces démarches de rapprochement entre des producteurs non affiliés à des organisations commerciales et des consommateurs. De leur point de vue, ces circuits permettent en effet la mise en marché de produits « pas bien travaillés » techniquement, qui « dupent » les consommateurs. Autrement dit, ils attaquent les liens qui sont faits par les *challengers* de la filière et les promoteurs de ces systèmes de distribution relocalisés entre circuits courts de proximité et qualité des produits. Ces derniers ont en effet tendance à assimiler les circuits courts de proximité à des circuits permettant la valorisation de produits de qualité supérieure, bien que celle-ci ne fasse en général pas l'objet

d'un cahier des charges techniques, à l'exception des produits disposant d'une certification en AB ou de certaines marques territoriales. Pourtant, pour les *challengers*, la commercialisation de fruits et légumes via des circuits courts de proximité permettrait aux consommateurs de disposer de « meilleurs » produits, d'un point de vue sanitaire, environnemental, voire gustatif :

*« D'abord l'intérêt de faire ça c'est pour les habitants eux-mêmes, pour qu'ils bénéficient de produits... de produits de qualité, de produits locaux, de produits le plus bio possible, parce qu'on affiche quand même les choses assez clairement. [...] Forcément on considère qu'en moyenne, plus c'est local, plus on assure une qualité, ça c'est une évidence. Après ça, il est clair aussi, parce qu'on a un peu travaillé aussi les questions de label, qu'on peut avoir des produits locaux qui sont pas très bons. » (CT7)*

Pour les *titulaires* cependant, aucune garantie n'est apportée par ces systèmes de distribution en matière de qualité des produits, du fait de l'absence de contrôles imposés par les distributeurs ou des organismes tiers. Les pouvoirs publics, en ce qu'ils encouragent le développement de ces systèmes sur lesquels ils n'ont pas suffisamment de recul, du point de vue de la qualité des produits notamment, sont particulièrement critiqués par ces acteurs :

*« Et notamment les politiques qui se sont depuis 5 ans on va dire, ils se sont mis là-dedans, et nous fourvoient avec ces histoires, parce qu'ils donnent à coups de dizaines de milliers d'euros des subventions à des gens parce qu'ils font de la production bio ou de la production périurbaine, en disant... en faisant comprendre aux consommateurs que c'est la panacée, alors que c'est pas nécessairement la panacée, parce qu'ils ont pas nécessairement toutes les certifications qu'on a, et qu'ils ont pas passé toutes les barrières au référencement dans les magasins. » (P19)*

Ainsi, la qualité des fruits et légumes mis en marché via des circuits courts de proximité est au cœur du travail de problématisation réalisé par les *titulaires* comme par les *challengers*. Alors que les seconds insistent sur la qualité sanitaire et environnementale des fruits et légumes commercialisés via ces circuits, les premiers opposent des procédures objectivées et contrôlées par des professionnels (auxquels ils peuvent toutefois reprocher certains abus du fait de leur position sur le marché<sup>102</sup>) à des procédures reposant sur la confiance pouvant

---

<sup>102</sup> C'est notamment le cas des agréateurs de la grande distribution. Les procédures de contrôle et d'agrément chez ces acteurs sont jugées extrêmement drastiques et la sévérité de ces contrôles est souvent analysée par les producteurs ou les commerciaux des OP comme témoignant du rapport de force favorable aux distributeurs au sein de la filière. Lors des entretiens, les refus de colis de produits présentant un défaut visuel (présenté comme mineur) sont souvent cités en exemple. A titre d'exemple, lors d'un entretien avec le directeur d'une OP (OP4),

mettre en jeu des asymétries d'information entre producteurs et consommateurs, le résultat étant alors un ajustement marchand sous-optimal (le prix payé par les seconds étant jugé trop élevé par rapport à la qualité réelle du produit). Pour les *titulaires* du gouvernement, la maîtrise technique et le recours à des technologies avancées, tant en termes de conduite des cultures que de ramassage, de conditionnement et de stockage, sont présentés comme les piliers de cette qualité et, *in fine*, de la confiance que le client peut placer dans le produit :

*« Il y a d'abord une qualité qui vient du terroir, qui vient des sols, de l'exposition, des techniques de production : engrais organiques, oligo-éléments, etcetera. Et puis également en station, on est très sélectif. On écarte vraiment tout ce qui ne va pas. Et ce que l'on écarte ici, le magasin n'a pas à le faire. Donc finalement, de temps en temps, ils nous disent qu'on est trop cher, ce qui nous amène à faire des concessions, mais sur le long terme, ils préfèrent la plupart du temps nous fidéliser par de bons prix. » (P6)*

Finalement, l'objectif de ces acteurs est d'affirmer la légitimité de la filière telle qu'elle a été structurée, tant au niveau de son organisation que des efforts faits au nom de « la qualité ». En revanche, pour les *challengers*, les registres mobilisés pour évaluer la qualité des fruits et légumes font peu appel à cette dimension technique. Au contraire, celle-ci est même souvent associée à la perte de naturalité des modes de production, à une standardisation et un appauvrissement de la définition de la qualité imposée par la grande distribution au reste de la filière. Pour eux, le développement de circuits courts de proximité s'inscrit alors dans une lutte pour désinstitutionnaliser les dynamiques de qualification des produits dominantes. Pour les *titulaires* en revanche, le principal problème posé par le développement des circuits courts de proximité réside dans une possible dérégulation des procédures instituées de contrôle de la qualité, grâce auxquelles ils parviennent à se distinguer de leurs concurrents étrangers et à maintenir des relations privilégiées avec certains clients.

Autour du développement des circuits courts de proximité dans la filière, deux stratégies de construction des enjeux s'affrontent. D'un côté, les *challengers* cherchent à politiser l'organisation de la distribution telle qu'elle a été institutionnalisée par les *titulaires*, pour montrer qu'elle ne profite pas à tous de la même manière et qu'elle ne correspond pas non plus aux besoins et possibilités d'une partie croissante des producteurs (en particulier dans les

---

celui-ci nous raconte qu'un distributeur local lui avait refusé un colis de poireaux pour un défaut visuel, alors même qu'au cours de cette période, du fait de basses températures, il était très difficile de pour les magasins de se fournir pour ce produit. Cependant, certains, comme P3, notent une forme d'assouplissement des procédures d'agrèage, y compris chez certaines enseignes de la grande distribution réputées les plus dures en matière d'agrèage.

zones urbaines). De l'autre, les *titulaires*, appuyés par les distributeurs, cherchent au contraire à dépolitiser une partie des enjeux associés par les *challengers* au développement de ces modes de distribution en montrant qu'ils demeurent à la marge des préoccupations globales de la filière.

## **1.2. Le développement des circuits courts de proximité, entre politisation et dépolitisation**

D'un côté, les *challengers* appellent au développement des circuits courts de proximité au sein de la filière et mettent en œuvre un travail politique visant à remettre en cause les rapports institués de production et de distribution. Ils cherchent en cela à montrer le « rôle politique » des *titulaires* (et de la grande distribution) dans la structuration actuelle de la filière en montrant que celle-ci ne profite qu'à une minorité (les « gros » producteurs et la grande distribution), laissant de côté la majorité des acteurs de la filière (et en particulier les plus petits producteurs pour qui les circuits courts de proximité représentent souvent les seuls débouchés possibles). De leur côté, les *titulaires* cherchent eux à dépolitiser ces conflits portant sur l'organisation de la distribution et le rôle qu'ils ont pu y jouer, en faisant valoir leur incapacité à peser significativement sur les institutions encadrant les relations d'échange et, en particulier, les préférences des consommateurs. En revanche, à d'autres moments, ces mêmes acteurs cherchent à montrer la dimension politique des nouvelles régulations visant à développer les circuits courts de proximité, en faisant valoir le décalage entre leur place réelle au sein de la filière et l'engouement qu'ils suscitent de la part des autorités publiques.

### **1.2.1. La promotion des circuits courts de proximité par la critique de l'organisation dominante de la filière**

Comme l'ont fait remarquer C. Carter et A. Smith (2008), puis B. Jullien et A. Smith (2014), une ressource des *challengers* pour contester l'ordre institutionnel d'une filière est de politiser les problèmes identifiés, pour montrer leur contingence, leurs liens avec certaines valeurs, ce qu'ils doivent à des rapports de force qui sont favorables à certains acteurs (et défavorables à d'autres). Les *titulaires*, en revanche, cherchent au contraire à les dépolitiser en les technicisant, voire en les naturalisant, tout en dénonçant leur politisation telle qu'elle est opérée par les *challengers*.

Les *challengers* s'emploient à montrer dans leurs argumentaires que la marginalité économique des circuits courts de proximité au sein de la filière est le résultat d'un processus politique contrôlé par les *titulaires* ayant contribué à favoriser les circuits d'expédition et les grandes exploitations au détriment des plus petites qui participent à un développement rural

durable. Voilà par exemple le type de plaidoyers que l'on peut trouver sur le site des Ami.e.s de la Conf<sup>103</sup>, mettant en cause le rôle des distributeurs dans leur marginalisation puis leur réinvestissement et leur instrumentalisation, dans un contexte marqué par une pression toujours plus forte exercée sur les producteurs :

« Les circuits courts nous resituent dans une société qui a déconnecté la question de l'alimentation de ses conditions de production agricole. Ils nous rappellent que même si ces segments de consommation représentent pour beaucoup des niches, celles-ci attirent aujourd'hui les acteurs de la grande distribution qui se rachètent une conscience et repeignent le développement rural avec de la peinture verte malgré la pressurisation sociale sur les salariés et paysans. En effet, ces derniers disparaissent du paysage national en subissant une politique de prix particulièrement agressive qui a conduit à l'hyperconcentration des acteurs économiques (5 centrales d'achat en Grandes et Moyennes Surfaces). De nombreux facteurs de fragilisation s'y ajoutent, liés à la volatilité des marchés, le contrôle de la distribution par les grandes surfaces (70%) et la maîtrise du secteur des semences par quelques multinationales. Le capitalisme existe dans la filière agro-alimentaire de façon massive : concentration de la production, de la transformation, de la distribution, intervention massive dans une déréglementation internationale des politiques publiques agricoles avec l'arrivée des spéculateurs. »

Ce portrait dressé par certains *challengers* met donc en cause tour-à-tour la déconnexion « de l'alimentation de ses conditions de production », le rachat d'une conscience par la grande distribution au moyen de la promotion des circuits courts malgré « une politique de prix particulièrement agressive qui a conduit à l'hyperconcentration », « le contrôle de la distribution par les grandes surfaces », « la maîtrise du secteur des semences par quelques multinationales », etc. De ce point de vue, on peut voir que ces acteurs entretiennent des liens pour le moins complexes avec la grande distribution : lui reprochant d'avoir contribué à marginaliser les circuits courts au sein de l'économie agricole, ils l'accusent aussi de chercher à les récupérer politiquement de manière opportuniste, sans changer ses pratiques vis-à-vis des producteurs.

Autrement dit, les stratégies de politisation des *challengers* reposent très largement sur une mise en critique du rôle de la grande distribution dans la marginalisation des circuits courts de proximité au sein de la filière, mais aussi dans la standardisation des procédures de

---

<sup>103</sup> <http://www.lesamisdelacnf.org/spip.php?article393>

définition de la qualité des fruits et légumes et les évolutions des attentes des consommateurs vis-à-vis de celle-ci :

*« En vente directe, on peut aussi proposer des produits de tout calibre. Quand on commence à passer par des intermédiaires, ce n'est plus le cas. Le calibrage, c'est le formatage des grandes surfaces. Avant elles, c'était pas calibré. Et donc maintenant, les gens deviennent assez exigeants par rapport à ça, mais parce qu'ils ont été formatés comme ça. Donc je pense qu'il faudrait faire un dé-formatage et leur expliquer que c'est pas comme ça que ça se passe, parce qu'on est dans des recherches de qualité, pas dans des... On n'a plus les mêmes objectifs quoi. » (P13)*

Les grandes surfaces sont ainsi accusées d'avoir institutionnalisé des dynamiques de qualification centrées sur l'apparence des produits qui orientent aujourd'hui les préférences des consommateurs et, dans le même temps, influencent le travail rendu nécessaire pour faire advenir des produits conformes à ces attentes (médiées par les distributeurs les plus puissants économiquement). Ce travail peut par ailleurs nuire à la recherche d'un produit présentant des qualités gustatives, alors que les *entrepreneurs-paysans* ont souvent plus de facilités à s'affranchir de ce travail de normalisation et peuvent se concentrer sur des produits présentant d'autres qualités que celles recherchées par les enseignes de la grande distribution et le commerce concentré.

Du point de vue des *challengers*, les circuits courts de proximité présentent ainsi une alternative au modèle de développement agricole dominant qui repose sur la déconnexion croissante entre producteurs et consommateurs, la concentration économique du secteur imposée par les acteurs de l'aval, la pression exercée sur les marges des producteurs et la répartition de la valeur ajoutée entre les acteurs de la filière. Le développement et l'institutionnalisation des circuits courts de proximité comme nouveau modèle de développement agricole permet pour eux de mettre en question les orientations des politiques communautaires et domestiques qui ont contribué à sédimenter une organisation de la distribution dans une logique déterritorialisée, standardisée et concentrée. C'est ainsi la nature politique des choix d'orientation de la politique agricole qui est mise en question par ces acteurs, là où les *titulaires* cherchent plutôt mettre en avant la « nécessité économique » de ces choix (et donc, finalement, l'absence de choix) et l'impossibilité à revenir dessus aujourd'hui.

### **1.2.2. La dépolitisation des enjeux associés à la valorisation des circuits courts de proximité dans la filière**

Pour les *titulaires* de la filière cherchant à maintenir leur position au sein de celle-ci, le travail institutionnel vise à dépolitiser les enjeux associés au développement des circuits courts de proximité. En premier lieu, ils cherchent à montrer l'irréalisme des positions de leurs adversaires les plus radicaux et des critiques dont ils font l'objet. Leur argumentaire est en effet construit par rapport à la nécessité de maintenir une pluralité de systèmes de distribution au sein de la filière, celle-ci étant présentée comme une réalité sur laquelle il est aujourd'hui impossible de revenir, du fait de la politique agricole menée depuis plus d'un demi-siècle. Toutefois, à la différence des *challengers*, ce constat n'appelle pas de critique : il est pris comme un état de fait sur lequel il est illusoire de chercher à revenir, et sert au contraire à délégitimer les prétentions des premiers à faire de la généralisation des circuits courts de proximité « la » solution aux problèmes de la filière :

*« La dimension locale, la mode locavore que l'on peut trouver dans certains milieux a eu une toute petite niche du marché, et ne correspond pas forcément à l'ambition agricole d'un pays agricole comme la France. Que quelques ceintures de villes maraîchères comme Paris ou de grandes capitales aient une vocation à alimenter les marchés de circuits courts, ça c'est des vrais circuits courts, les AMAP ou autres, ça c'est un mode de distribution, mais c'est très marginal par rapport à la politique de la production de viande, de pommes, de lait, de noisettes, de noix, et tous les produits dont nous sommes forcément les représentants, nous qui sommes agriculteurs français, agriculture performante et plutôt à vocation exportatrice, parce que le marché français n'y suffit pas. » (OPI)*

Au-delà de la critique de l'irréalisme de l'ambition des *challengers*, les *titulaires* cherchent à montrer la nécessité d'articuler les systèmes de production destinés à l'expédition et ceux destinés aux différents marchés locaux, en assimilant toutefois ces derniers à des « niches », voire à une « mode ». De fait, si tous les acteurs de cette coalition ne partagent pas nécessairement ce vocabulaire assimilant le développement des circuits courts de proximité à une mode plus ou moins éphémère, tous s'accordent cependant pour reconnaître la nécessité d'articuler des systèmes de distribution articulant circuits courts et longs :

*« Donc nous on défend toujours en disant que pour les agriculteurs, il n'y a pas de circuits courts sans circuits longs. C'est une utopie de penser qu'en Gironde, on va pouvoir nourrir le consommateur qu'avec du circuit court. C'est une utopie, c'est pas*

*possible. Le modèle agricole tel qu'on l'a imaginé, on est obligé d'avoir du circuit long. » (OPA8)*

La pluralité des circuits de distribution et la possibilité qu'ont les producteurs de les articuler ou de naviguer entre eux en fonction des opportunités sont d'ailleurs présentées par cette coalition de cause comme une richesse pour l'ensemble des acteurs, comme un moyen de poursuivre l'intérêt général de la filière :

*« Et encore une fois, et c'est ce que je disais l'autre jour, il n'y a pas de sens à opposer les systèmes. Il faut juste se féliciter qu'il y ait plusieurs systèmes qui existent, et en tirer les bénéfices à chaque fois. Si R\*\*\* existe, ben tant mieux pour tous les producteurs qui sont indépendants, parce que ça leur crée de la sécurité. Ça crée des repères sur le marché. Ça crée des flux. Ça crée de l'animation sur les marchés. Et puis l'indépendant, après, s'il est malin, il doit faire mieux que R\*\*\*. Voilà. Et tant mieux, et tant mieux. L'esprit c'est ça. Chacun se bat avec ses armes par rapport au positionnement qu'il a choisi et encore une fois, l'important c'est que les produits se vendent et que celui qui produit trouve... puisse se développer. » (OP6)*

Pour ces acteurs, les tentatives de politisation des problèmes par la valorisation des circuits courts de proximité sont vaines du point de vue de l'intérêt général de la filière (dont ils s'estiment les meilleurs représentants), celui-ci renvoyant principalement à la nécessité de sécuriser les relations de distribution avec les distributeurs. Ils travaillent alors à dépolitiser les enjeux associés au développement de ces circuits, en montrant l'intérêt économique qu'ils peuvent représenter pour certaines branches de la filière et certains types d'exploitation – les plus petites et les moins spécialisées, tout en les cantonnant à ces « niches » :

*« Donc ces marchés circuits courts, ou locavores, ou on les appelle comme on veut, sont surtout des marchés d'image, des marchés de promotion, mais ce ne sont pas des valeurs économiques très fortes. C'est vraiment des choses qui ne sont pas à abandonner, mais ce sont surtout des marchés qui sont porteurs d'image, plus que de valeur économique. » (OPI)*

En d'autres termes, ils cherchent tout d'abord à reproblématiser le développement des circuits courts de proximité en montrant qu'ils ne peuvent répondre à l'ensemble des besoins de la filière, mais offrent une opportunité économique pour certains segments de celle-ci (les plus fragilisés économiquement, les moins performants techniquement). Cependant, ils admettent que ces modes de distribution représentent une opportunité en termes de

communication pour l'ensemble de celle-ci, et en particulier pour ceux qui sont les plus éloignés des consommateurs. Ces acteurs cherchent à rebondir commercialement autour de valeurs initialement promues par les *challengers* (par ailleurs en totale opposition avec eux sur les modes de développement agricole légitimes et à encourager) en en faisant un vecteur de communication auprès des enseignes de la grande distribution et de leurs clients pour les producteurs. Autrement dit, ils tentent de manipuler les symboles d'agriculture de qualité associés aux circuits courts de proximité pour se les réapproprier dans des stratégies de sécurisation de leurs marchés.

A une revendication politique présentée par les *challengers* comme une alternative à l'organisation dominante de la distribution, les *titulaires* opposent un principe de réalité et construisent les circuits courts de proximité comme une voie de diversification – mais non de remise en question – des rapports institués de distribution de la filière. Ils font d'ailleurs valoir l'intérêt qu'ils portent à ces démarches qu'ils disent aller « dans le bon sens », sur un plan éthique, voire philosophique :

*« La proximité, moi je suis à 100 % pour. Je trouve pas du tout normal que dans un supermarché de pleine production, on trouve du melon qui vienne de je ne sais où, alors qu'on est pleine période de production. Donc ça, on y est sensible. On le travaille de plus en plus. Comme je vous dis, on essaye de faire de plus en plus de vente directe proche de chez nous. Effectivement, pour nous, c'est intéressant. Par contre, on ne peut pas passer tous nos volumes en proximité. C'est pas possible. » (OP2)*

Pour cette commerciale, les circuits courts de proximité représentent bien un segment de marché en voie d'institutionnalisation dans la stratégie de l'entreprise. Malgré tout, elle fait valoir une impossibilité à repenser la stratégie de son OP par rapport à la généralisation de ces circuits, du fait de volumes trop importants. Autrement dit, plutôt qu'une opposition de principe à ces systèmes (qui chez certains semble malgré tout présente), les *titulaires* font souvent valoir l'impossibilité dans laquelle ils se trouvent de développer ces marchés, du fait d'un décalage entre leur taille et leurs besoins d'écoulement :

*« Et nous dans le cas qui nous préoccupe, on serait dans l'incapacité, même si on chassait tous nos concurrents étrangers... parce que si vous allez à Brienne, vous allez trouver de la carotte de Normandie, de Belgique, de la carotte du Sud-est, d'Espagne... Même si l'on chassait tous ces gens pour ne mettre que de la carotte d'Aquitaine, le triangle Poitiers-Toulouse-Bayonne n'absorberait pas toute la carotte produite en Aquitaine, c'est pas vrai. » (P24)*

Malgré leurs efforts pour dépolitiser les enjeux associés par les *challengers* au développement des circuits courts de proximité, en montrant leur complémentarité avec d'autres circuits de distribution et l'impossibilité à les généraliser pour les opérateurs les plus importants, les *titulaires* ne parviennent pour le moment pas à complètement neutraliser cette dimension politique. Aujourd'hui, ils cherchent en particulier à lutter contre ce qu'ils perçoivent comme la construction d'oppositions systémiques opposant d'un côté les « gros » producteurs spécialisés, en conventionnel, commercialisant en circuits longs et de l'autre les « petits » producteurs biologiques diversifiés, commercialisant via des circuits courts. Pour eux, la construction de ces oppositions est le fait des *challengers*, et des pouvoirs publics en particulier, qui privilégient systématiquement les seconds au détriment des premiers, sans réflexion sur les modèles économiques de développement agricole des exploitations en circuits courts :

*« Après, il ne faut pas par contre que... l'administration fait un peu l'amalgame. Ils aimeraient bien que tout le monde soit bio, petit, un hectare... Faut arrêter de rêver, parce que je pense qu'ils rêvent beaucoup. Il faut des structures, que ce soit du bio, du conventionnel, tout ce qu'on veut, même pour faire une Amap il faut une structure, il faut faire un nombre de paniers, il faut vivre. » (P3)*

Finalement, les *titulaires* ont le sentiment que la promotion de ces « nouveaux » systèmes de distribution relocalisés, en plus de ne pas tenir compte de certains impératifs technico-économiques fondamentaux (à commencer par le respect d'une surface d'exploitation minimum), contribue à produire des amalgames néfastes à l'organisation de la filière et à son image vis-à-vis des consommateurs. Ils ont en effet l'impression d'être diabolisés par les pouvoirs publics, quand les producteurs en circuits courts sont érigés comme les chantres de la durabilité agricole. Pour eux, la promotion d'une « petite » agriculture de proximité contre une « grande » agriculture intensive destinée à l'exportation, du fait de son caractère consensuel, renvoie avant tout aux stratégies politiques et électorales des élus locaux, plus qu'à des logiques de développement au service de l'intérêt général de la filière, eu égard à la faiblesse des parts de marché représentées par ces circuits. C'est en tout cas la position du président d'une OP, entré fortuitement dans le bureau de son directeur en plein entretien (OP4). Voici ce qu'il me confie quand je lui explique le sujet de ma thèse :

*« Il y a beaucoup de monde qui s'intéresse à nous en ce moment. Faudrait pas qu'il y en ait plus que des clients tout de même. Faites attention à ce que ça dérape pas, avec la pression que met le monde politique là-dessus. Mais les circuits courts, c'est pas*

*l'ensemble du commerce, c'est un tout petit segment. Les politiques font tous une montagne d'une toute petite chose. Ils veulent tous rattacher ça, mais enfin... »*

Cette critique, plus ou moins avérée, portée aux tentatives de récupération des symboles politiques associés aux circuits courts de proximité par les élus montre bien la suspicion qu'ils entretiennent vis-à-vis d'eux et de leurs intentions, alors qu'eux-mêmes peuvent avoir le sentiment d'être négligés (voire dénigrés) en tant que professionnels. La stratégie menée par les *titulaires* du gouvernement de la filière à l'endroit du développement des circuits courts de proximité est donc marquée par leurs tentatives de dépolitisation des enjeux qui y sont associés par les *challengers*. Ils cherchent en effet à parler au nom de l'intérêt général de la filière et à rendre invisibles leurs propres intérêts dans leurs stratégies. Celles-ci reposent principalement sur la valorisation de la pluralité des circuits de distribution au sein de la filière et la construction des circuits courts de proximité comme des marchés de niche dont le potentiel de développement est forcément limité. Pour autant, ils reconnaissent à ces circuits une véritable utilité, complémentaire de celle des circuits d'expédition, d'autant plus qu'ils peuvent y avoir ponctuellement recours. De fait, cette coalition de cause ne tourne pas le dos au développement de ces modes de commercialisation, mais entretient avec eux une relation ambiguë : critique vis-à-vis de la valorisation politique dont ils font l'objet, elle les envisage comme de nouveaux vecteurs de communication auprès des consommateurs.

### ***1.2.3. Les distributeurs et le développement des circuits courts de proximité : entre volontarisme et pragmatisme économique***

Bien qu'ils occupent au sein de la filière des statuts de *titulaires* du fait de leur poids dans l'orientation des stratégies productives de l'amont, les distributeurs, par rapport à la valorisation et au développement des circuits courts de proximité, occupent une position intermédiaire, entre *challengers* et *titulaires*. En effet, comme les premiers, ils font valoir une position volontariste vis-à-vis de ceux-ci et n'hésitent pas à politiser les enjeux qu'ils associent à leur développement. Cependant, comme les seconds, ils partagent la conviction que ces circuits ne représentent qu'une niche et qu'il est par conséquent impossible d'accroître leurs parts de marché au-delà d'une certaine limite.

Le développement des circuits courts de proximité est aujourd'hui un enjeu fort pour les distributeurs. Ils représentent une manière pour eux de se positionner politiquement vis-à-vis des consommateurs, des producteurs et des décideurs politiques. Ils tendent en effet à répliquer les stratégies de politisation vis-à-vis de ces circuits mises en œuvre par les *challengers* du gouvernement de la filière. Ainsi, le travail qu'ils entreprennent autour de la

problématisation des enjeux associés au développement des circuits courts de proximité repose très largement sur la mobilisation de valeurs, construisant le « moins » (d'intermédiaires, de kilomètres parcourus par les produits) en « mieux » pour l'environnement, les consommateurs, les producteurs et les produits (Goulet, Vincq, 2012).

De leur point de vue, le développement des approvisionnements via des circuits courts de proximité renvoie à un geste politique, au sens où ces pratiques leur permettent d'afficher leur engagement vis-à-vis des producteurs et des consommateurs locaux, mais aussi de la protection de l'environnement. Autrement dit, ils trouvent dans la stabilisation de cette nouvelle catégorie d'action collective par les *challengers* une ressource symbolique et discursive leur permettant à certains moments de cadrer certaines de leurs pratiques qui s'inscrivaient jusqu'alors dans un cadre exclusivement fonctionnel dans un registre politique en mobilisant des valeurs renvoyant à leurs préoccupations vis-à-vis de « leurs » producteurs. La politisation des démarches visant à relocaliser leurs approvisionnements renvoie en effet souvent à la mise en avant de leur souci vis-à-vis des producteurs locaux, qu'ils déclarent aider à maintenir une activité agricole pérenne :

*« Donc voilà un peu l'histoire et comme je l'ai dit, on s'est mis ici, en tout cas pour cette plateforme, au cœur de la production, parce qu'on veut que demain il y ait toujours des producteurs qui produisent pour nourrir la France. Si on ne fait rien aujourd'hui avec eux, dans 20 ans il y aura presque plus de production en France, ça c'est une problématique certaine. » (GMS1)*

Dans cet extrait, le choix du lieu de construction d'une plateforme logistique, situé au cœur d'une zone agricole dense, est expliqué comme un geste politique visant à favoriser le développement économique local et à aider les producteurs français à se développer. Il est pourtant probable que ces motivations politiques n'aient pas été au cœur du processus de décision et de sélection de ce lieu d'implantation qui relevait sans doute autant d'aspects pratiques (création d'une zone d'activité à proximité d'une sortie d'autoroute entre Bordeaux et Toulouse) et fonctionnels (zone de production dense située dans le Lot-et-Garonne). Néanmoins, les distributeurs cherchent à construire leur choix de développer ces systèmes de distribution comme le résultat d'arbitrages politiques les amenant à privilégier les producteurs locaux et à passer sous silence la dimension fonctionnelle, pour eux, de ces circuits. En effet, dans un contexte marqué par une globalisation de l'offre des fruits et légumes frais et la possibilité qu'ils ont de s'approvisionner parfois à des coûts moindres pour des produits de qualité équivalente via des circuits d'expédition, les distributeurs font de la préférence pour

les produits locaux un acte d'engagement politique potentiellement risqué, tranchant avec des logiques purement marchandes :

*« Mais à qualité égale, je vais quand même privilégier mon fournisseur régional. A prix supérieur, je vais privilégier ma région. Tout le temps. Je prends un risque, parce que nous chez Leclerc, les magasins ne sont pas obligés d'acheter à la centrale. Ils sont indépendants. Donc si moi je propose en région une tomate à 1 euro alors que tout le monde est à 80 centimes, je prends le risque que les magasins ne m'achètent pas de tomates. [...] Donc la tomate qu'il achète 1 euro, pour lui, s'il a la tomate à 80 centimes, il prendra la tomate à 80 centimes parce qu'il fera une meilleure marge, il gagnera plus d'argent, etcetera. Après, charge à moi de lui expliquer que s'il prend la tomate à 1 euro, par contre il va dégager une image de région, il va dégager une image de quelqu'un qui vend pas de la tomate de Belgique alors qu'il a de la tomate en France, qui est respectueux de tout ça. Donc après charge à nous de faire passer ce message, et charge aux chefs de rayon et aux directeurs de magasin de faire comprendre aussi son positionnement dans sa région, dans son microcosme, et d'expliquer qu'il est responsable ou pas. » (GMS4)*

Comme l'explique cet acheteur d'une centrale de la grande distribution, les stratégies d'argumentation autour de la valorisation de produits issus de circuits courts de proximité s'inscrivent dans un registre politique faisant appel à des valeurs telles que « dégager une image de région », « expliquer qu'il est responsable », etc. Autrement dit, le travail politique entrepris par les distributeurs autour de la légitimation des circuits courts de proximité est explicitement tourné vers le client : il s'agit de lui vendre, en même temps qu'un produit, une image du magasin et de l'enseigne comme participant d'un « écosystème » local qu'ils contribuent à équilibrer.

La mobilisation de ce registre politique pour qualifier leurs pratiques est d'autant plus aisée que celui-ci fait sens pour une partie croissante des consommateurs et permet de mettre en lumière des pratiques institutionnalisées de longue date mais qui, à la faveur de cette politisation, prennent un sens nouveau. En effet, y compris chez les distributeurs les plus concentrés et les plus importants, l'approvisionnement via des circuits courts de proximité a toujours existé, du fait des exigences fonctionnelles liées à la périssabilité des produits. Simplement, le recours à ces circuits n'était pas expliqué par des éléments d'ordre politique, mais organisationnels et fonctionnels.

Cependant, le travail de politisation des enjeux associés au développement des circuits courts de proximité entrepris par les distributeurs ne va pas jusqu'à remettre en question l'organisation globale de la filière et des rapports institués de distribution. En effet, la plupart des distributeurs tirent aujourd'hui profit de l'existence d'une pluralité de circuits d'approvisionnement plus ou moins étendus géographiquement, qu'ils mobilisent de façon stratégique, en fonction des opportunités s'offrant à eux. De ce fait, s'ils construisent le recours aux circuits courts de proximité comme un acte politique permettant de valoriser en priorité les producteurs français de manière à les aider à pérenniser leur activité, le maintien d'approvisionnements reposant sur des échelles plus étendues fait au contraire l'objet d'un travail de dépolitisation visant à dégager les distributeurs d'une quelconque responsabilité par rapport à ces stratégies.

En effet, le recours à des circuits longs et / ou d'expédition est en général présenté par les distributeurs, qu'il s'agisse d'indépendants ou de magasins de la grande distribution, comme une nécessité du commerce des fruits et légumes frais. Cette « nécessité » – et l'absence de choix qu'elle suppose pour eux – est construite par rapport à la disponibilité de l'offre locale (rare et irrégulière dans le temps), aux habitudes alimentaires (désaisonnalisées) et aux comportements d'achat des consommateurs. Pour eux, la faiblesse de la part des approvisionnements locaux dans leur stratégie d'achat ne résulte pas d'un choix mais d'une contrainte à laquelle ils sont soumis et face à laquelle ils n'ont pas les moyens d'agir. Ils cherchent ainsi à montrer que leurs besoins ne peuvent être satisfaits pleinement par les seuls fournisseurs locaux, du fait de la rareté, de l'irrégularité et de la saisonnalité de l'offre :

*« L'été, ça risque d'être plus important, parce que bon c'est pas les mêmes volumes mais l'hiver, on va dire... je sais pas, parce que l'hiver y a pas non trente-six mille produits qui sont produits dans la région. En gros, la carotte, et la pomme de terre parce que je travaille avec quelqu'un de Gironde. On va dire 70-30 en local l'été... 60-40 en local. Et l'hiver, plutôt 30-70. Parce qu'après y a rien en local en fruits. »*  
(GMS7)

Autrement dit, alors que la mobilisation des circuits courts de proximité est construite comme procédant d'un choix politique, le recours aux circuits d'expédition est construit comme une nécessité. Cette absence de choix est par ailleurs renforcée par la mise en lumière de la désaisonnalisation des comportements d'achat des consommateurs qui veulent « de tout, tout le temps », obligeant les distributeurs à diversifier leurs approvisionnements et à recourir à des circuits d'importation, qu'ils déclarent malgré tout chercher à limiter :

*« Du hors-saison, on essaie quoi qu'il arrive d'en faire le moins possible, mais après on est obligé d'en avoir. [...] Du fruit rouge ils nous en demandent toute l'année, des tomates ils nous en demandent toute l'année alors que ce n'est pas la saison, ça c'est les produits qu'on est obligé d'avoir, donc ça impose d'aller chercher les produits d'import, donc les produits qui viennent d'Espagne, du Maroc... » (GMS2)*

Cependant, si les distributeurs sont enclins à politiser leurs stratégies les plus en phase avec les attentes des consommateurs (ou d'une partie d'entre eux) et notamment celles prenant pour objet le développement des circuits courts de proximité, ils sont tout aussi prompts à dépolitiser les stratégies qui cadrent le moins avec ces attentes. Ils mettent pour cela en avant les contraintes auxquelles ils doivent faire face pour expliquer leurs stratégies d'approvisionnement auprès de fournisseurs géographiquement éloignés : manque d'offre locale, nécessité de satisfaire les demandes des consommateurs qui s'expriment de manière désaisonnalisée. Si ce recours stratégique à la politisation et à la dépolitisation des enjeux est particulièrement présent dans le discours des acteurs de la grande distribution, il concerne également les distributeurs indépendants, y compris ceux ayant construit leurs stratégies commerciales autour de la valorisation de produits issus de circuits courts de proximité. Ils justifient en effet le recours à des approvisionnements lointains et / ou via des circuits longs en en faisant porter la responsabilité aux consommateurs :

*« Sur le reste de la saison, comme là, en hiver, il se trouve que nos consommateurs veulent également avoir de la clémentine, du citron, des oranges et du pamplemousse. Nous n'en faisons pas, donc on fait de temps en temps venir de Corse, mais autour de nous il n'y en a pas. Donc là du coup, ça va être une phase, un moment de l'année où nous allons travailler avec un grossiste. [...] Parce qu'encore une fois, on ne veut pas se limiter dans notre offre. En hiver si vous ne proposez que de la betterave, du radis noir et du chou, ça va être extrêmement difficile. Donc nous faisons aussi le choix d'élargir, dans la mesure du possible c'est vraiment le cas, mais il y a des périodes et il y a un certain nombre de produits où vous ne pouvez pas travailler de cette façon. C'est la réalité. En même temps, le consommateur est là-dessus. » (D1)*

Comme on le voit, les distributeurs jouent de manière stratégique avec la construction des enjeux associés au développement des circuits courts de proximité au sein de la filière. Ils construisent ainsi ces modes de distribution reposant sur la proximité géographique et/ou relationnelle comme des démarches politiques permettant de soutenir les producteurs locaux et témoignant de leur engagement dans le combat pour le développement durable. Dans le

même temps, ils cherchent à dépolitiser les enjeux associés à l'organisation de la filière et au recours à des circuits longs ou d'importation en se justifiant par rapport à « la réalité » du marché qu'ils construisent comme désaisonnalisé et globalisé, ces deux éléments leur « imposant » une diversification de leurs stratégies d'approvisionnement.

### **1.3. Le gouvernement des circuits courts de proximité, entre échelles locales, nationale et européenne**

Au-delà des stratégies discursives et rhétoriques consistant à politiser ou dépolitiser les enjeux associés à ces modes de distribution des fruits et légumes, les circuits courts de proximité sont aujourd'hui de plus en plus intégrés aux logiques d'action collective du gouvernement de la filière. Les *titulaires* de celui-ci, alors qu'ils représentent *a priori* la coalition de cause la plus réticente à l'idée d'institutionnaliser des dynamiques d'action collective organisée autour de leur prise en charge, les intègrent dans leurs logiques d'action. Cependant, ils les construisent comme des solutions complémentaires des modes de distribution dominants. De fait, si le développement des circuits courts de proximité est intégré au travail collectif des OP et de certaines filières via leurs Associations d'Organisations de Producteurs Nationales (AOPN), ils demeurent perçus principalement comme des moyens de communication vis-à-vis des clients. C'est ce que nous explique un représentant de l'interprofession du pruneau :

*« Il n'y en a plus que pour le circuit court alors que chez nous ça représente 2 %. C'est pas une quantité négligeable, mais ça ne représente que 2 %. Nous on s'occupe aussi beaucoup, beaucoup plus des 98 autres pourcents. Vous comprenez pourquoi. [...] On a un budget spécifique depuis cette année, un budget spécifique sur ces 2 % où on est en train de créer un groupe de réflexion, comme on avait créé un groupe de réflexion sur le pruneau bio puisque'on a une commission ici, pour améliorer la qualité, pour faire de la communication spécifique pour défendre l'intérêt du bio au sein de l'interprofession alors que ça représente 6 % des surfaces et 2 % des volumes, mais on a créé une petite commission de vente de produits en circuits courts, parce que c'est valorisant au niveau des touristes qui viennent ici, mais c'est pas ça qui va faire notre business. » (OP8)*

Cependant, ces *titulaires* ont plutôt tendance à investir les échelles de gouvernement qui portent les instruments de politique publique avec lesquels ils sont les plus à l'aise. Ainsi, alors que les *challengers* ont plutôt d'abord plutôt eu tendance à cibler les échelles de gouvernement régionale et nationale, les OP investissent plutôt des instruments de politique européenne pour développer ces modes de commercialisation des fruits et légumes. Une

directive européenne de 2011 a en effet introduit une dérogation à la règle de l'apport total obligeant les producteurs engagés dans une OP à lui fournir la totalité de leurs productions pour lesquelles ils contractualisaient avec elle. Désormais, les producteurs membres d'une OP peuvent, pour peu que leur OP les y autorise

« Vendre au consommateur pour ses besoins personnels leur production ou leurs produits directement sur le lieu ou en dehors de leur exploitation, dans la mesure où la quantité vendue ne représente pas plus de 25% de leur valeur de production commercialisée et 50 % de la valeur de la production commercialisée en production biologique. » (Article 26 bis du règlement (UE) n°543/2011)

Certaines OP peuvent ainsi autoriser leurs producteurs à mettre eux-mêmes en marché une partie de leur production qui leur était normalement destinée. C'est par exemple le cas de l'OP5, spécialisée en kiwis, et dont certains producteurs, au nombre de sept, combinent l'atelier de production de kiwis avec un atelier de production de pommes. Ces producteurs peuvent ainsi se voir allouer par la coopérative un certain volume de pommes à mettre en vente sur les marchés ou sur leur exploitation, en vente directe. Mais cette coopérative va plus loin, puisque sur les volumes de pommes que le producteur n'arrive pas à vendre en direct, elle peut aussi gérer collectivement, à partir de sa station fruitière, un groupement de leurs productions pour réaliser des animations ponctuelles de commercialisation au niveau régional, pour des résultats jugés intéressants économiquement pour ces producteurs :

*« Et on laisse au producteur le soin de vendre lui-même s'il le souhaite, et s'il ne peut pas tout vendre lui-même, on organise une animation pour vendre localement, soit dans le sud des Landes, soit en Gironde, soit dans les Pyrénées-Atlantiques, voire même dans le Pays basque espagnol. Et donc on s'est remobilisé pour vendre nos pommes uniquement sur la Gascogne et le pays basque espagnol. Mais ça c'est une démarche qu'on a adoptée depuis trois ans, et qu'on a organisé nous-mêmes en tant que coopérative, pour le compte de nos producteurs de pommes. Et ça correspond à une attente, effectivement, on a des résultats intéressants. On arrive à avoir une rémunération de dix centimes supplémentaires pour le producteur, grâce à cette démarche. » (OP5)*

Comme le montre cet extrait d'entretien, ces autorisations à mettre sur le marché de manière individuelle des produits destinés à être vendus par la structure collective peuvent être redoublées par des stratégies collectives de prise en charge de la commercialisation via

des circuits de proximité. Dans ce cas, c'est bien la coopérative qui gère ces opérations de mise en marché, non les producteurs individuels. La possibilité d'une gestion collective du développement des circuits courts de proximité par les OP a par ailleurs été renforcée par une ouverture de la liste des mesures éligibles aux programmes opérationnels cofinancés par l'UE et les Etats-membres. Ces mesures sont inscrites dans le règlement (UE) n°1308/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant organisation commune des marchés de produits agricoles. Concernant les aides spécifiques aux fruits et légumes, les objectifs des programmes opérationnels intègrent désormais des aspects liés au développement de leur mise en valeur commerciale (Article 33, paragraphe 1, point c)) ainsi qu'à la promotion des produits, qu'ils soient frais ou transformés (Article 33, paragraphe 1, point d). Ces dispositions sont spécifiques à la filière du gouvernement des fruits et légumes frais, mais correspondent à un élargissement des objectifs assignés aux OP en général, puisque l'Article 152 du même règlement précise que celles-ci, quelle que soit leur branche d'activité, doivent favoriser la concentration de l'offre et la mise sur le marché de la production de leurs membres « y compris via une commercialisation directe » (Article 152, paragraphe 1, point c, sous-point ii) et le développement « des initiatives dans le domaine de la promotion et de la commercialisation » (Article 152, paragraphe 1, point c, sous-point ix).

Même si ces dispositions ne précisent pas les formes que doivent prendre ces « mises en valeur commerciale » ou « la promotion des produits », le développement de circuits courts de proximité peut être financé par ces mesures, d'autant plus que le règlement (UE) n°1305/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 relatif au soutien au développement rural par le Feader précise plusieurs objectifs allant dans ce sens. L'article 35 portant sur la coopération stipule que les investissements liés au développement de relations de « coopération horizontale et verticale entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement en vue de la mise en place et du développement de circuits d'approvisionnement courts et de marchés locaux » (Article 35, paragraphe 2, point d), ainsi que « les activités de promotion dans un contexte local relatives au développement des circuits d'approvisionnement courts et des marchés locaux » (Article 35, paragraphe 2, point e) pourront être soutenues par le Feader. De fait, ces mesures commencent à être activées par certains groupes coopératifs (parmi eux, il semblerait que ce soient davantage les moyennes ou les grosses coopératives qui y aient recours que les petites) qui s'en servent comme de leviers permettant d'accéder à de nouveaux fonds européens et financer des investissements collectifs pour lesquels elle n'avait jusqu'alors que peu d'intérêt.

Ainsi, le développement des circuits courts de proximité est progressivement intégré par les *titulaires* du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais en tant que vecteur de légitimité politique vis-à-vis des décideurs publics, dans un contexte marqué par la montée des critiques portant sur l'organisation de la filière (déterritorialisée) et la qualité de ses produits. Même s'ils sont tout à fait sceptiques quant à la possibilité de généraliser ces modes de distribution relocalisés (en particulier pour les acteurs les plus spécialisés, dont les marchés sont spatialement très étendus), ou à leur intérêt pour les consommateurs (tant en termes de prix que de qualité des fruits et légumes), ils considèrent que ces démarches doivent être encouragées (dans une certaine mesure) ou, en tout cas, pas écartées définitivement. Plusieurs instruments de politique publique viennent renforcer leur progressive adhésion à la nécessité de valoriser ces démarches, dont des aides européennes au titre de la coopération agricole pour développer des circuits courts et / ou des marchés locaux. Néanmoins, comme nous le verrons dans la seconde partie de ce chapitre, les *titulaires*, s'ils investissent plutôt l'échelle européenne de gouvernement de la filière pour renforcer les rapports institués de distribution existants (tout en les amendant à la marge), ne négligent pas pour autant les échelles locales qu'ils investissent d'une manière différente des échelles nationales ou communautaires, en cherchant à construire de nouvelles alliances, notamment avec certains *challengers* de la filière.

En conclusion, la position de la coalition de cause des *titulaires* du gouvernement de la filière à l'endroit du développement des circuits courts de proximité est ambiguë car la valorisation de ces modes de distribution ne s'inscrit pas dans les axes de gouvernement qu'ils cherchent à privilégier. En effet, leurs principales préoccupations portent sur l'amélioration de la qualité des productions de la filière, c'est-à-dire sur le renforcement des rapports institués de production, levier qu'ils estiment le plus à même de les distinguer de leurs concurrents étrangers. Pour eux, le développement de ces modes de distribution mettant en relation directe producteurs et consommateurs risque de déstabiliser les régulations passant par le regroupement de l'offre qu'ils ont réussi à stabiliser au cours du temps, mais qui restent aujourd'hui encore fragiles. De fait, ils se montrent en général sceptiques quant à la possibilité d'augmenter de manière significative les parts de marché des circuits courts de proximité au sein de la filière. D'une part, ils considèrent ces circuits comme des marchés de niche, dont le potentiel de croissance est à la fois limité par la taille du bassin de consommation et la concurrence entre bassins d'approvisionnement qui s'y exerce. D'autre part, l'éloignement entre bassins de production et de consommation constitue une limite forte pour le

développement de ces modes de distribution relocalisés, l'offre ne pouvant être écoulee sur le marché local. Néanmoins, ils leur reconnaissent certains atouts en termes de communication et de symbolique vis-à-vis des consommateurs, voire des décideurs politiques. En effet, ils considèrent que ces circuits courts de proximité permettent de véhiculer une image positive des acteurs de la filière, et des producteurs en particulier.

En conséquence de quoi ils ne cherchent pas purement et simplement à condamner le développement de ces modes de distribution qui peuvent représenter une ressource politique importante dans la légitimation de leur activité socioéconomique auprès des collectivités territoriales. Cependant, ils intègrent d'une manière conforme à leurs valeurs, à leurs stratégies et à leurs intérêts la prise en charge collective de ces modes de distribution des fruits et légumes au gouvernement de la filière. Pour eux, l'essentiel est que le développement de ces modes de distribution ne vienne pas perturber les régulations qu'ils ont réussi à stabiliser dans le temps, portant sur l'organisation collective de la mise en marché et la définition des qualités marchandes acceptables (même si, comme nous avons pu le montrer dans les chapitres précédents, c'est surtout la grande distribution qui leur a imposé ses standards, ils se les approprient aujourd'hui comme les leurs). Ainsi, ces *titulaires* investissent tout particulièrement l'échelle et les instruments de politique publique européenne qui intègrent le financement d'actions associées au développement de ces circuits courts de proximité dans le cadre des programmes opérationnels des OP. De fait, l'inscription de ce nouvel objectif de politique publique au sein du programme institutionnel de la filière ne remet pas en cause les rapports institués de production et de commercialisation.

Nous verrons dans la partie suivante comment, à l'échelle locale, les enjeux sont problématisés, instrumentés et légitimés par ses acteurs. Ces circuits offrent en effet de nouvelles possibilités de redynamiser la filière, tout en permettant aux *titulaires* de répondre à la pression exercée par les *challengers* pour reprendre le contrôle sur les logiques locales de gouvernement. La Gironde offre, de ce point de vue, un cas exemplaire en matière d'observation des dynamiques et des luttes se jouant à l'échelle locale autour de la problématisation, de la légitimation et de l'instrumentation d'une nouvelle politique publique visant à promouvoir des modes de distribution remettant en jeu la centralité des *titulaires*. Autrement dit, nous verrons dans quelle mesure le développement des circuits courts de proximité, à l'échelle locale, peut être saisi comme un élément permettant de désinstitutionnaliser et réinstitutionnaliser de nouvelles formes de gouvernement de la filière des fruits et légumes frais.

## 2. Le gouvernement territorial de la filière, entre subversion et prolongement des logiques dominantes

Bien que les *titulaires* continuent à assimiler les circuits courts de proximité à des marchés de niche, d'autant plus quand ils envisagent ceux-ci à travers un prisme national, européen, voire international, à l'échelle territoriale, les enjeux peuvent être problématisés différemment, les *titulaires* du gouvernement de la filière pouvant n'y occuper qu'une place marginale, du fait de l'absence d'organisations spécifiques permettant de porter leurs revendications et leurs intérêts<sup>104</sup>.

Le cas du gouvernement de la filière girondine des fruits et légumes frais illustre à merveille cette situation. En effet, elle y est faiblement organisée et, comparée à d'autres comme la filière viticole, n'occupe qu'une place marginale au sein de l'économie agricole. De ce fait, les acteurs dominant dans d'autres territoire les opérations de problématisation des enjeux de la filière – les coopératives, les plus gros producteurs, les organisations professionnelles – sont rares ou peu influents dans le département, laissant plus de place à d'autres groupes d'acteurs dans le cadrage des enjeux de la filière. Parmi ceux-ci, on trouve notamment les collectivités qui assignent à ces circuits une fonction d'amélioration de l'autonomie alimentaire territoriale.

Dans ce contexte, le développement des circuits courts de proximité prend un sens nouveau pour les acteurs de la filière. Il est vivement encouragé par tous, qu'ils des positions de *challengers* ou de *titulaires*, au titre de l'opportunité qu'ils représentent en vue de redynamiser une filière en perte de vitesse. Ce faisant, la filière tend à se réorganiser autour de la prise en charge collective de ces stratégies de développement, donnant lieu à de nouvelles alliances entre coalitions de cause. Deux éléments sont particulièrement problématisés en vue de développer les circuits courts de proximité : l'accompagnement et la normalisation des démarches d'installation, l'organisation de nouveaux circuits de distribution permettant de valoriser les produits locaux.

Nous analyserons donc dans cette section comment les *challengers* du gouvernement de la filière des fruits et légumes frais, en Gironde, problématisent les enjeux associés au développement de ces modes de distribution relocalisés. Nous montrerons que ce travail

---

<sup>104</sup> C'est notamment ce que montrent Carter et Cazals (2014) à propos du gouvernement européen de l'aquaculture. Le caractère récent de cette industrie (qui peut être daté au début des années 1980), son inorganisation et l'absence de régulations spécifiques ont dans un premier temps fortement pesé sur la capacité des acteurs dominants à formuler les problèmes à l'échelle européenne. Les producteurs se sont ainsi plutôt tenus en retrait de celle-ci, tant dans la formulation des problèmes que la définition et l'appropriation des instruments de politique publique.

repose sur l'établissement de passerelles de dialogue avec certains *titulaires* autour de la mise en place d'instruments publics ou collectifs visant à développer ces circuits. De fait, leur développement est instrumenté par des dispositifs locaux et territorialisés émanant de diverses organisations (publiques et professionnelles) qui peuvent porter sur la création de nouveaux débouchés, des aides à l'installation, le financement de formations à destination des agriculteurs, etc. La mise en œuvre de ces dispositifs locaux est alors légitimée par le souci de rechercher de nouveaux leviers de dynamisation de la filière des fruits et légumes frais locale en faisant émerger des démarches collectives entre les acteurs du territoire.

### **2.1. La désinstitutionnalisation de la filière girondine, une opportunité pour les *challengers* pour prendre le contrôle de son gouvernement ?**

Nous commencerons cette section en présentant rapidement les évolutions qu'a connue la filière girondine des fruits et légumes frais au cours des trente dernières années. Celles-ci ont en effet été profondes et durables, et pèsent aujourd'hui sur son organisation, ouvrant la porte à de nouveaux acteurs – les *challengers* – dans la définition et le cadrage des problèmes collectifs auxquels la filière est confrontée. Malgré son caractère localisé, cette situation ne fait pourtant pas figure d'exception en France, voire à l'étranger. En effet, la plupart des grandes villes françaises étaient entourées de zones agricoles plus ou moins denses, au sein desquelles, comme à Bordeaux, la production maraîchère, ou la production fruitière et légumière pouvait occuper une place importante. L'urbanisation, l'industrialisation et la normalisation du salariat ont fortement pesé sur le déclin de ces industries locales, en accroissant la pression foncière sur les agriculteurs (et en les incitant à convertir les zones agricoles les moins profitables en terrains constructibles, participant du mitage de ces espaces) et en encourageant le départ des plus fragiles vers le salariat. Aujourd'hui, les *challengers* du gouvernement du secteur agricole voient dans les espaces agricoles périurbains l'occasion de reprendre la main sur les choix agricoles et alimentaires locaux, en développant de nouveaux liens sociaux entre producteurs et consommateurs (Aubry, Chiffolleau, 2009).

La Gironde est un département dans lequel la filière des fruits et légumes frais occupe une place marginale, du fait notamment de la prépondérance de la filière viticole qui représente environ 75 % des exploitations du territoire et la moitié des surfaces cultivées. Les exploitations produisant des fruits ou des légumes, à l'inverse, ne représentaient en 2010 que 2 % des exploitations du département, pour 4 % des surfaces agricoles<sup>105</sup>, alors qu'elles représentaient environ 4 % des exploitations du département à la fin des années 1980. De

---

<sup>105</sup> Source : Chambre d'agriculture de la Gironde

plus, cette industrie a été l'une des plus durement touchées par le phénomène de déprise agricole amorcé depuis la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle qui s'est aggravé à partir des années 1980. Alors que depuis 1988, le département girondin a vu disparaître environ une exploitation sur deux, toutes filières confondues, pour la filière des fruits et légumes frais, ce chiffre grimpe à trois sur quatre (Tableau 1).

**Tableau 1 : Evolution du nombre d'exploitations classées en OTEX maraîchage et cultures fruitières en Gironde (1988-2010)**

	1988		2000		2010		Evolution 1988-2010
	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	
Maraîchage	392		127		88		
Cultures fruitières	299		130		80		
Sous-total F&L	691	3,8	257	2,0	168	1,8	-75,7
Total	18348	100	12729	100	9432	100	-48,59

Source : Draaf Aquitaine – SRISSET

NB : Attention, les classifications en OTEX ont changé entre 2000 et 2010. Désormais, l'OTEX maraîchage a été renommée « légumes et champignons » et ne prend pas nécessairement en compte les mêmes choses. Autrement dit, il existe un problème au niveau de la comparabilité des données obtenues avant 2000 et après, même si l'on aboutit à une estimation proche de la réalité.

Cette vague de départs est généralement expliquée par les acteurs l'ayant connue – et qui peuvent faire valoir leur expertise sur les évolutions de la filière départementale – comme le résultat conjugué de stratégies opportunistes de reconversion des terrains agricoles en terrains constructibles et d'une crise des vocations pour la profession agricole, ces deux phénomènes ayant été aggravés par l'augmentation du nombre de départs en retraite non compensés :

*« Dans les environs il y avait quand même des arboriculteurs qui étaient à la limite de Libourne, ou du coin, du secteur également. Je le vois à côté de chez moi, beaucoup d'arboriculteurs ont laissé tomber, et les jeunes n'ont pas repris. C'étaient des petites exploitations de 7-8 hectares d'arbres, mais enfin, ça produisait quand même. Et 7, 8, 10 gars comme ça, ça amène de la marchandise. Ceux-là ont disparu et... Faut savoir aussi que les maraîchers, par exemple sur Bruges, bon nombre de gens ont vendu des terrains parce que c'est des terrains qui valent de l'or. Donc plutôt que faire pousser des salades, les jeunes qui héritaient de ça, ils préféraient vendre des maisons, et c'est ce qui fait que ça s'est perdu. » (P10)*

Cette disparition des exploitations produisant des fruits et des légumes en Gironde et le non-renouvellement des élites dirigeantes se sont traduits par une progressive désorganisation de la filière, par ailleurs initialement faiblement dotée en instruments de régulation spécifiques. En effet, une seconde caractéristique de la filière girondine est la faiblesse des organisations et des groupements de producteurs. Ainsi, en 2014, France AgriMer en recensait seulement trois<sup>106</sup>. Ces OP ont, à l'instar des évolutions locales de la filière, perdu un nombre important d'adhérents au cours des années 1980 et 1990, alors que certaines concentraient jusque-là de nombreux producteurs du département et des territoires limitrophes et avaient une activité commerciale importante :

*« La Sica a été créée en 1963 en même temps que le MIN de Brienne. Elle a fait un peu la pluie et le beau temps sur le marché des fruits et légumes, surtout de légumes, sur Bordeaux. Elle regroupait des producteurs de la ceinture verte de Bordeaux, des producteurs qui étaient jusque sur le réolais, le marmandais, le langonnais, à côté de Monségur. Elle a regroupé jusqu'à cent producteurs. Elle a réalisé jusqu'à 11 ou 12 millions d'euros de chiffre d'affaire au milieu des années 90. Elle s'est trouvée à l'étroit sur le marché de Brienne et les collectivités ne proposant pas de bâtiments suffisamment grands, on a été obligé de se délocaliser ici en 1997, ce qui a entraîné... j'irais pas jusqu'à dire une scission des producteurs, mais les producteurs qui étaient sur l'est du département et sur le marmandais se sont rapprochés de structures marmandaises et lot-et-garonnaises. C'est tombé à une période où les agriculteurs partaient à la retraite et où y avait pas de succession, l'essor immobilier de Bordeaux commençait à gagner les terres agricoles notamment sur les zones de Villenave, Bègles et Bruges. Donc quand y a pas de succession, qu'on voit que les prix des terrains montent c'est humain de vendre ou de se reconvertir en promoteur, ce que certains producteurs ont fait. » (OP4)*

Ainsi, à la fin des années 1990 et au début des années 2000, la filière locale s'est singulièrement désorganisée. Alors que certains *titulaires* occupant des postes à responsabilité dans les structures de représentation professionnelles locales (élus de la Chambre d'agriculture, administrateurs en coopératives) avaient créé une association destinée à regrouper les producteurs de fruits et légumes du département pour prendre en charge collectivement certaines problématiques technico-commerciales liées à la valorisation économique de leurs productions, le non-renouvellement des élites dirigeantes de la filière

---

<sup>106</sup> Source : France AgriMer, *Les filières des fruits et légumes, données 2014* (Edition 2016)

s'est traduit par un essoufflement des dynamiques collectives institutionnalisées au cours de la période précédente. Au tournant des années 2000, la filière des fruits et légumes frais girondine connaît une période de creux, sous l'effet combiné de la disparition d'un nombre important d'exploitations et de l'absence de logiques d'action collective. Au cours de cette période, les *titulaires* ne parviennent pas à s'organiser pour orienter de manière durable les stratégies de développement de la filière locale, qui semble condamnée dans un avenir relativement proche.

Mais cette période de creux ne se traduit finalement pas par la désinstitutionnalisation de la filière, du fait d'une nouvelle vague d'installations à partir des années 2000 (qui ne compense toutefois pas les cessations d'activité liées aux départs en retraite d'une population vieillissante). Ces installations sont généralement le fait d'entrepreneurs relativement jeunes, plutôt diplômés, correspondant aux profils des *entrepreneurs-paysans* qui commercialisent principalement leurs produits en vente directe. Cette vague d'installations va à la fois bouleverser la structure des relations de pouvoir au sein de la filière, et, paradoxalement, y insuffler une nouvelle dynamique. De l'avis des acteurs accompagnant ces démarches en Gironde et ayant un regard surplombant sur les structures agricoles départementales, la recrudescence des vocations pour ces systèmes cultureux marque un tournant important dans le paysage agricole local :

*« La particularité de la Gironde c'est qu'on est sur un territoire viticole et il y a très peu de maraîchers. Ils ont décliné et se sont mis à réapparaître parce que ce sont de secondes carrières, des projets alternatifs... Donc vraiment là, il y a eu une poussée de ce type de projets. Si on peut dire qu'il y a eu une nouveauté alternative, c'est ça, ce modèle maraîcher, on a vraiment eu un vent nouveau qui a insufflé ce type de projets alors que ça n'existait plus. [...] Chaque département a évolué aussi en fonction de la nature prépondérante de la production. En Lot-et-Garonne ils avaient déjà des fruits et légumes, c'était un modèle qui a toujours existé, en parallèle du modèle coopératif. Je suis prête à parier que ça n'a pas beaucoup bougé l'équilibre entre les deux, alors que nous ça a beaucoup bougé. C'était le seul moyen de s'installer en Gironde sans beaucoup de foncier, c'était de faire du fruit et légume en vente directe. » (CT6)*

De fait, ces *entrepreneurs-paysans* qui apparaissent à partir des années 2000 assument des positions de *challengers* au sein de la filière. Ils revendiquent de pratiquer une agriculture « à taille humaine », « naturelle », « équitable », etc. et remettent en cause les logiques de gouvernement instituées par les *titulaires* de la période précédente. Ces *challengers* vont

rapidement investir certains espaces de socialisation professionnelle comme l'association des producteurs biologiques Agrobio Gironde ou l'Association Girondine pour l'Agriculture Paysanne (AGAP33). Ces réseaux leur permettent d'échanger en dehors des espaces contrôlés par les *titulaires*, au premier rang desquels la Chambre d'agriculture, sur des problématiques techniques, liées aux achats de matériel ou de fournitures, etc. Ces nouveaux acteurs, de par leurs orientations technico-commerciales et leur positionnement politique vis-à-vis du gouvernement de la filière, représentent ainsi un modèle de développement alternatif à celui des *titulaires*, reposant sur la spécialisation, la vente en circuits longs et/ou d'expédition, etc.

Ces nouveaux producteurs et les réseaux dans lesquels ils s'inscrivent sont en général organiquement plus proches des logiques de développement agricole défendues par les *challengers* du gouvernement de la filière, et en particulier les collectivités infradépartementales. Celles-ci cherchent en effet à favoriser l'installation de ce type d'exploitations, souvent certifiées en AB, sur de petites surfaces, privilégiant des systèmes de commercialisation reposant sur la vente directe à destination des consommateurs locaux.

Les *challengers*, en Gironde, ont ainsi bénéficié de la relative désorganisation de la filière et des recompositions sociologiques qui l'ont frappée au cours des trente dernières années pour créer de nouvelles structures collectives leur permettant de s'organiser pour peser sur son gouvernement. Face à la désorganisation des *titulaires*, du fait d'un départ des élites dirigeantes historiques et de l'absence d'organisation collective leur permettant d'adopter une posture commune vis-à-vis du gouvernement de la filière, les *challengers* (et les collectivités territoriales en particulier) ont aujourd'hui une opportunité inédite de peser sur la définition et le cadrage de ses problèmes. Comme nous le verrons, ces opérations de problématisation mettant en avant l'insuffisance de l'offre locale de fruits et légumes se traduisent aujourd'hui par la structuration d'une *communauté épistémique* (Haas, 1992), au sein de laquelle *titulaires* et *challengers* partagent une représentation commune de la réalité à laquelle ils doivent faire face. L'insuffisance de l'offre locale de fruits et légumes, traduite par les *challengers* en problème de souveraineté alimentaire, apparaît comme le principal problème à régler pour les acteurs de la filière, et notamment pour les distributeurs qui, s'ils déplorent toutefois cet état de fait, ne s'engagent à aucun moment dans un travail politique qui leur permettrait d'améliorer leurs possibilités d'approvisionnement en fruits et légumes locaux.

## 2.2. Un problème cadré en termes d'amélioration de l'autonomie alimentaire territoriale par les *challengers*

Comme nous l'avons montré dans le chapitre précédent, l'élargissement des objectifs de la politique agricole domestique et communautaire a forcé le ministère de l'Agriculture à faire rentrer dans son giron la question du développement des circuits courts – problématisés principalement en termes économiques (Paranthoën, 2015). Si plusieurs réseaux, tels que le Réseau Rural Français (RRF) et ses déclinaisons régionales, les Réseaux Ruraux Régionaux (RRR), ou encore les Réseaux Mixtes Technologiques (RMT) se sont emparés de la problématique du développement de ces modes de commercialisation à l'échelle nationale, on assiste depuis plusieurs années désormais au renforcement des compétences des administrations locales et des collectivités territoriales dans leur prise en charge (Naves, 2016), ainsi qu'au développement de projets de recherche régionaux ou interrégionaux sur ces modes de distribution. Ces derniers ont ainsi contribué à stabiliser un ensemble de connaissances à l'échelle nationale, notamment via le RMT « Chaînes alimentaires courtes de proximité pour une alimentation durable » et le RRF, mais fournissent aussi aux acteurs locaux des données générales et décontextualisées sur l'accompagnement du développement des circuits courts de proximité à l'échelle d'un territoire. Autrement dit, une communauté épistémique est aujourd'hui en train de se structurer à l'échelle nationale autour de quelques organisations (la FRCivam, le réseau TRAME, etc.), certains laboratoires de recherche ou instituts (l'INRA, AgroCampus Ouest, l'Unité Mixte de Recherche Innovation du CIRAD, etc.) et d'acteurs charismatiques comme Y. Chiffolleau, chargée de recherche INRA et rattachée au département Sciences pour l'action et le développement (SAD).

Si cette communauté scientifique semble désormais bien établie à l'échelle nationale et commence à bénéficier d'entrées politiques, les connaissances qu'elle produit sont génériques à double titre : elles ne concernent pas une filière spécifique<sup>107</sup>, et sont censées être décontextualisées de leurs conditions territoriales de production. Autrement dit, les connaissances produites en son sein ne permettent pas de régler la totalité des incertitudes encadrant la prise en charge du développement des circuits courts de proximité à l'échelle d'un territoire pour une filière. De fait, cette prise en charge suppose la création de nouvelles

---

<sup>107</sup> Cependant, entre 2011 et 2013 un projet Compte d'affectation spéciale pour le développement agricole et rural (Casdar) porté par une grande diversité d'acteurs a été mené pour « permettre aux agriculteurs, et aux structures qui les accompagnent de mieux évaluer les performances globales des projets d'installation ou de développement de commercialisation en circuits courts pour répondre aux attentes sociétales » (<http://www.pardessuslahaie.net/trame/906>). Concrètement, ce projet a débouché sur la production de référentiels à l'échelle nationale pour cinq familles de produits, présentés sous la forme de notices : bovins lait et produits laitiers, viande bovine et ovine, porc et charcuterie fermière, volaille de ferme et fruits et légumes.

communautés épistémiques localisées à l'échelle d'un territoire. C'est ce que nous avons pu observer en Gironde pour la filière des fruits et légumes frais et la manière dont les acteurs participant à son gouvernement, qu'il s'agisse de *titulaires* ou de *challengers*, ont bâti des savoirs qui ont contribué à problématiser et dessiner les cadres de l'intervention collective autour du développement et de la promotion des circuits courts de proximité. Bien que la filière des fruits et légumes ne soit pas la seule concernée par l'institutionnalisation de cette régulation trans-industrielle, en Gironde, c'est précisément elle qui est privilégiée par ces acteurs<sup>108</sup> :

*« Moi ce que je peux vous dire, c'est qu'au niveau de la CUB, et portée par Mme le Maire de Bruges, il y a une volonté de relancer le maraîchage et surtout les circuits courts. Y a pas que le maraîchage, y a aussi les éleveurs, puisque J.-D. est éleveur bio à Bruges. » (CT14)*

En effet, dans un département marqué par une filière peu organisée ayant perdu les trois quarts des entreprises de production qui la composaient en une vingtaine d'années à peine, l'offre de fruits et légumes frais locaux est jugée tout à fait préoccupante, en premier lieu par les *challengers* qui cherchent à promouvoir ces modes de distribution pouvant contribuer à améliorer la souveraineté alimentaire du territoire :

*« Et donc le président actuel, lui par contre il avait un regard sur ces questions-là et tout en disant que sur la CUB il y a à peu près la moitié du territoire qui est en agricole ou naturel, il s'est dit que d'une part il fallait préserver tout ça, le valoriser et troisièmement il a pris conscience d'une chose qui pour lui est importante, c'est l'autosuffisance alimentaire, qui, au niveau de la CUB, est dramatiquement bas. Donc là, les politiques comprennent qu'il y a quand même un problème par rapport à ça. » (CT7)*

Autrement dit, la communauté épistémique qui se crée en Gironde au sein de la filière locale pointe du doigt un problème d'offre, jugée insuffisante pour répondre à la demande urbaine croissante exprimée pour ces produits. L'argument d'une amélioration de l'autonomie alimentaire grâce au développement de ces modes de distribution relocalisés revient en effet souvent dans les réunions entre professionnels du développement territorial, organisations professionnelles et entreprises. Il n'est pas rare que lors de ces manifestations, un ou plusieurs

---

<sup>108</sup> Alors que l'on peut sans peine imaginer que dans d'autres territoires, comme les zones de montagne, les industries les plus ciblées par les *challengers* visant à institutionnaliser une prise en charge collective du développement des circuits courts de proximité renvoient à des filières d'élevage destinées aux marchés du frais ou de la transformation.

intervenants rappellent que l'autonomie alimentaire de l'agglomération bordelaise n'est que d'un jour par an<sup>109</sup>. Et là est bien le cœur du problème pour l'ensemble des acteurs participant au gouvernement de la filière, et les *challengers* en particulier, qui construisent le développement des circuits courts de proximité comme une réponse à ce problème.

De plus, la faiblesse de ce chiffre, extrêmement parlante, permet d'assoir la légitimité de ces démarches visant à développer les circuits de proximité par une politique centrée sur le développement de l'offre. Par exemple, dans une interview accordée au site [www.reporterre.net](http://www.reporterre.net) au sujet de l'implantation d'un golf dans une zone écologique humide périurbaine, voici ce que confie Christophe Guénon, porte-parole girondin de la Confédération paysanne, maraîcher et éleveur<sup>110</sup> : « Aujourd'hui tout le monde veut des fruits et légumes bio en ville. Or les agriculteurs partent à la retraite et leurs terres passent en terrains à bâtir, on nous dit que l'autonomie alimentaire de Bordeaux avec sa ceinture verte est d'un jour par an, et rien n'est fait pour préserver les terres agricoles ! Il y a une grande incohérence ». Ce responsable syndical – un *challenger* – cherche à pointer l'incohérence existant selon lui entre un constat d'insuffisance alimentaire, l'existence d'une demande pour des produits « bio » et l'ambition politique de maîtrise du foncier agricole qui permettrait de maintenir des producteurs en capacité de répondre à cette demande sur le territoire. Ce constat est globalement partagé, par les *challengers* comme les *titulaires*. Tous regrettent la manière dont les terrains agricoles ont été progressivement délaissés pour être convertis en terrain à bâtir, ce qui a contribué à accélérer la disparition de l'ancienne ceinture maraîchère, qui est aujourd'hui la cible de politiques publiques d'aménagement et de préservation du foncier :

*« On est à 30 % d'exploitations maraîchères au niveau de la CUB. En surface... si tu veux les chiffres je peux te donner un document là-dessus. C'est sûr qu'en maraîchage on a baissé extraordinairement. La vallée maraîchère, qui était quand même un outil remarquable, on l'a détruite en moins d'une génération, c'est terrible. Et maintenant on cherche simplement à refaire. » (CT7)*

La disparition d'un nombre important d'exploitations maraîchères sur l'agglomération est jugée d'autant plus préoccupante à l'heure actuelle qu'elles représentaient une part importante du nombre d'exploitations de la périphérie et constituaient un maillon important

---

<sup>109</sup> Malgré nos recherches et les questions que nous avons pu leur poser, ces acteurs étaient incapables d'authentifier la source de cette donnée. Il semblerait, mais cela est à prendre avec prudence, que ce chiffre soit issu d'une enquête commandée par un ministère (de l'Agriculture, ou du Développement durable) et ait été rendu public lors d'une restitution en direction des professionnels du développement territorial.

<sup>110</sup> Le lien vers l'article, daté du 18 juin 2016 : <https://reporterre.net/La-colere-monte-a-Bordeaux-contre-le-massacre-d-une-zone-humide-par-un-golf>

de l'approvisionnement du marché local en produits frais, pour des volumes non négligeables :

*« D'abord il n'y a plus de producteurs. C'est-à-dire que lorsque j'ai pris mes fonctions au MIN il y avait environ une centaine de producteurs maraîchers locaux. Maintenant il y en a une quinzaine dont la production évidemment ne permettrait pas de subvenir aux besoins alimentaires, c'est un fait. » (CT9)*

La mise en avant de cette impossibilité à répondre aux besoins alimentaires du département (ceux-ci s'exprimant de manière particulièrement vive dans l'agglomération bordelaise) et la création d'une communauté épistémique partageant ce constat au sein de la filière locale pose les contours du problème collectif auquel sont confrontés les acteurs. Ses termes pourraient être formulés ainsi : comment répondre à une demande croissante de fruits et légumes locaux dans un contexte marqué par une diminution constante du nombre d'exploitations et des volumes mis en marché ?

En Gironde, cette question a appelé deux grands types de réponses de la part des acteurs de la filière des fruits et légumes frais. La première correspond à une tentative de normalisation des démarches d'installation par les *titulaires*, de manière à pérenniser la redynamisation de la filière. La seconde est plutôt prise en charge par les *challengers* et correspond à l'organisation de nouveaux circuits de distribution relocalisés et/ou directs ou à la réorganisation des circuits existants. La spécificité de cette seconde orientation du gouvernement de la filière locale des fruits et légumes est de laisser de côté les distributeurs (et les enseignes de la grande distribution en particulier) pour se concentrer sur l'organisation de certains circuits spécifiques : Amap et autres systèmes de paniers, approvisionnement de la restauration collective, vente sur les marchés, drives, etc.

### **2.3. Le développement des circuits courts de proximité, un catalyseur de frictions entre *challengers* et *titulaires* de la filière**

En Gironde, la filière des fruits et légumes frais est confrontée à un problème défini et cadré par les *challengers* comme celui de la souveraineté alimentaire, celle-ci devant être améliorée par le développement de circuits courts de proximité, du fait de l'existence d'une forte demande de la part des consommateurs urbains pour ces produits et d'une diversification des profils sociologiques des maraîchers et de leurs stratégies commerciales. Le cadrage du problème en termes d'insuffisance de l'offre (baisse du nombre d'exploitations, désorganisation de la filière, apparition de « micro » entreprises aux capacités productives

limitées) est soutenu par l'apparition d'une communauté épistémique au sein de la filière, associant *titulaires* et *challengers*, ceux-ci s'accordant sur une analyse commune de la situation à laquelle ils sont confrontés.

Si ces acteurs partagent une représentation commune de la situation de la filière, des problèmes auxquels elle est confrontée, les solutions et les instruments à mettre en œuvre pour y répondre de manière efficace ne font pas l'objet d'un consensus. D'un côté, les *titulaires* cherchent à reprendre le contrôle sur l'organisation de la filière, en institutionnalisant des procédures d'accompagnement et de suivi des nouveaux maraîchers visant à les « professionnaliser », cet objectif étant au cœur de conflits les opposant à certains groupes de *challengers* organisés dans des réseaux syndicaux ou professionnels qui contestent leur définition des normes d'excellence professionnelle. De l'autre, les *challengers*, au premier rang desquels les collectivités, cherchent à organiser de nouveaux circuits de distribution reposant sur l'activation de relations de proximité relationnelle et géographique, en incitant les acteurs de l'amont à réviser et faire évoluer leurs stratégies commerciales, avec plus ou moins de succès.

### **2.3.1. Agir sur l'offre et l'organisation de la filière : la mise en œuvre de dispositifs ad hoc contrôlés par les titulaires**

Comme cela a été relevé plus haut, une des évolutions majeures qu'a connue la filière girondine des fruits et légumes frais ces dix dernières années a été la diversification sociologique des profils des producteurs. Alors que les *entrepreneurs traditionnels fragilisés* qui constituaient jusque dans les années 1990 les forces vives de la filière y occupent aujourd'hui une place moins centrale, le nombre d'*entrepreneurs-paysans* a au contraire fortement augmenté (du moins, c'est l'idée que s'en font les acteurs de l'encadrement agricole et les producteurs qui les côtoient, sans que nous ayons pu vérifier ces représentations à partir de données objectivées).

Parmi ces nouveaux entrants, la plupart d'entre eux privilégient des systèmes de commercialisation en vente directe et tout particulièrement les Amap, ces marchés étant souvent les seuls accessibles pour ces exploitations de petite taille. Celles-ci représentent en effet une manière sécurisante pour les agriculteurs de débiter leur activité, du fait du système de prépaiement des paniers en début de campagne, qui leur fournit une avance de trésorerie. Cependant, du point de vue des organisations de l'encadrement agricole, et de la Chambre d'agriculture en particulier, ces installations en rupture avec les logiques classiques, sur de

(trop) petites surfaces, avec des modes de valorisation des produits qu'elles ne connaissent pas bien posent problème, comme l'atteste cette maraîchère installée depuis 2010 :

*« Dans mon prévisionnel, je n'ai parlé que de paniers. Je n'étais pas sur des quantités de carottes, de tomates, j'étais sur des paniers. Et alors là au niveau de la Chambre d'agriculture, ils étaient perdus. Ça leur parle pas, ils ont eu beaucoup de mal à comprendre, alors qu'ils en ont eu d'autres. » (P4)*

La diversification des trajectoires et des projets d'installation au sein de la filière, principalement marquée par le développement des stratégies de commercialisation reposant exclusivement sur une valorisation des produits en circuits courts, s'est traduite par un travail politique entre *challengers* et *titulaires* autour de la professionnalisation des producteurs. Alors que les *challengers* privilégiaient une définition extensive de cette professionnalité, centrée sur la diversité des fonctions assumée par un chef d'exploitation agricole, les *titulaires* ont conservé une approche restrictive de celle-ci, centrée sur le modèle promu par les organisations professionnelles sectorielles dominantes, faisant avant tout de l'agriculteur un « producteur » (Muller, 1984 ; Muller et al., 1989). Ce travail politique a principalement porté sur les procédures d'accompagnement technico-économique des nouveaux installés.

En effet, les logiques d'installation des nouveaux maraîchers ont remis en cause celles qui avaient été institutionnalisées par les *titulaires* du gouvernement du secteur agricole. Souvent étrangers au monde agricole, auxquels ils se socialisent au démarrage de leur projet, la plupart des « hors-cadres familiaux » s'installant sur de petites exploitations maraîchères n'ont pas suivi de formation agricole classique, mais un ensemble de formations professionnelles, validées par le « stage des quarante heures » et l'obtention d'un Brevet Professionnel de Responsable d'Exploitation Agricole (BPREA) en maraîchage. De fait, ils sont souvent porteurs de projet technico-économiques en décalage par rapport aux dossiers traditionnellement suivis par les conseillers techniques de la Chambre d'agriculture et des ADAR, qui se révèlent souvent démunis pour répondre à leurs attentes :

*« Dans ces ADAR il y a des conseillers d'entreprise qui sont amenés à travailler avec des agriculteurs, que ce soient des viticulteurs, des éleveurs ou des maraîchers. Tous ces gens-là voient bien que le paysage est en train d'évoluer, et qu'il y a de plus en plus de maraîchers qui viennent taper à leur porte. Donc ces gens-là, bien souvent, étaient formés sur de la viticulture, donc le maraîchage, tout ça, ça leur paraissait un peu loin. Donc oui, forcément, ils se rendent compte qu'il y a besoin d'avoir un service spécialisé*

*sur le maraîchage, pour pouvoir apporter un service spécifique et pouvoir aider ce public-là. » (OPA5)*

Ces nouveaux agriculteurs ont ainsi plutôt tendance à se tourner vers les organisations professionnelles alternatives de l'agriculture paysanne ou biologique, du fait de la nature des projets qu'ils portent qui trouvent peu d'échos au sein de la Chambre d'agriculture. Ces organisations, en particulier Agrobio Gironde, ont d'ailleurs bien compris la demande à laquelle elles pouvaient apporter une réponse. Agrobio Gironde a ainsi créé un poste de conseiller technique spécialisé en maraîchage pour accompagner les porteurs de projet de cette filière ayant souvent fait le choix d'une commercialisation en circuits courts. Cependant, ce poste a rapidement disparu, faute de moyens pour le pérenniser. Néanmoins, le suivi et l'accompagnement technico-économique des installations en lien avec le développement de projets de commercialisation en circuits courts font l'objet d'un travail spécifique au sein de cette association, comme l'explique l'animatrice du réseau :

*« Ma tâche c'est aussi d'articuler les installations avec un projet en circuits courts. Donc les installations, les circuits courts, les projets de couveuses, donc d'arriver à travailler, avoir un œil sur toute cette partie en intégrant la dimension bio. » (OPA3)*

Autrement dit, les *challengers* de la filière trouvent dans les structures de développement de l'agriculture « alternative » des ressources et des partenaires pour mettre en œuvre des projets que les opérateurs traditionnels du développement agricole ont plus de mal à soutenir pour le moment, du fait d'un manque d'expérience dans l'accompagnement de ces démarches (Olivier, 2012). La frilosité de la Chambre d'agriculture vis-à-vis du soutien à ces projets s'explique d'une part par des oppositions idéologiques sur les modèles de développement agricole à soutenir.

Le soutien accordé aux agriculteurs commercialisant via des Amap en est un bon exemple. La distance entretenue par les Chambres d'agriculture avec ce mouvement tient entre autres au fait que ces systèmes sont politiquement proches de la Confédération paysanne, de par le modèle de développement agricole qu'ils cherchent à promouvoir, alors que les chambres sont généralement plus proches du syndicalisme majoritaire et de la FNSEA. De plus, l'absence de référentiels portant sur l'évaluation de la rentabilité et de la pérennité de ces systèmes peut également être saisie par les techniciens du développement agricole, et particulièrement ceux en charge du suivi des installations, comme un argument leur permettant de justifier leur « prudence » vis-à-vis d'eux :

*« Et je me dis que pour les techniciens agricoles qui aujourd'hui se retrouvent avec de jeunes agriculteurs qui arrivent au métier avec l'envie de s'installer en circuits courts ben... des fois on peut s'interroger sur le fait de savoir si on les amène vraiment au bon endroit, ou est-ce qu'il y a un risque qu'ils se cassent la figure, mais parce qu'on a pas de vision. » (OPA2)*

En d'autres termes, le développement des circuits courts de proximité au sein de la filière girondine des fruits et légumes frais perturbe les logiques d'encadrement institutionnalisées par les *titulaires* et se traduit par une diversification des profils et des projets d'entreprise qui, la plupart du temps, ne correspondent pas aux référentiels dominants. De fait, conscients de l'engouement que suscitent ces modes de commercialisation auprès des candidats à l'installation, les *titulaires* cherchent aujourd'hui à faire évoluer leurs services et leurs compétences en matière d'accompagnement des démarches d'installation des maraîchers.

C'est ainsi que l'association Technique Fruits et Légumes, organiquement proche de la Chambre d'agriculture (et dont les locaux sont d'ailleurs situés dans les bâtiments de la chambre consulaire), a recruté en fin d'année 2012 une conseillère technique en maraîchage dont la fonction était de faire le lien entre les maraîchers du département, qu'ils soient certifiés en AB ou non, en circuits courts ou circuits longs. Le but de ce recrutement était d'accompagner la « professionnalisation » des nouveaux installés (en leur transmettant des techniques d'organisation, de gestion, de suivi des cultures conformes à la culture professionnelle dominante), et d'institutionnaliser des procédures de suivi dans le but de pérenniser les installations :

*« Et depuis deux ans, les professionnels sur le secteur ont voulu redonner vie à cette association mais plus par le volet technique. C'est-à-dire qu'ils ont bien senti qu'il y avait l'arrivée de tous ces nouveaux jeunes sur le terrain et qu'il fallait pouvoir leur proposer un appui technique pour les aider à évoluer et surtout avoir des structures professionnelles. D'où mon embauche en novembre 2012. [...] Donc le but vraiment c'est de suivre les porteurs de projet dès le départ pour les orienter après au mieux et de les accompagner vers des structures on va dire qui soient vraiment professionnelles. Parce que c'est vrai qu'aujourd'hui on a quand même le souci, sur de très petites exploitations avec de toutes petites surfaces, de toutes petites structures, et qui des fois ont du mal à vivre et à survivre donc voilà le but c'est de professionnaliser tous ces nouveaux installés. » (OPA5)*

Concrètement, cette volonté de professionnaliser les installations des nouveaux maraîchers se traduit d'une part par la standardisation des procédures d'accompagnement au démarrage d'activité, en institutionnalisant un double suivi pour les porteurs de projet en maraîchage par la conseillère technique de l'association et un conseiller en installation de la Chambre d'agriculture. D'autre part, cette volonté s'exprime à travers l'organisation de formations collectives autour de la conduite et de la protection des cultures, la diffusion de bulletins d'information et un suivi personnalisé pour les agriculteurs adhérant à l'association.

De manière concomitante, les *titulaires* ont soulevé un autre enjeu, celui de la taille et de la viabilité des exploitations de ces nouveaux installés. Comme nous l'avons souligné à plusieurs reprises, la plupart des installations récentes, en particulier dans les zones périurbaines, ont été réalisées sur de (très) petites surfaces, généralement d'un à deux hectares. Dans un contexte marqué par une forte pression sur le foncier agricole, les *challengers* de la filière encouragent ce type d'installations, qui correspondent au modèle de développement agricole qu'ils cherchent à promouvoir, centré sur la qualité et la relocalisation des rapports marchands :

*« Quand on a une ferme à taille humaine, que l'on peut travailler dans un lieu agréable, que l'on a dimensionné pour que ce soit viable mais pas trop gros, eh ben on peut travailler sur la qualité de ses produits plus que sur les volumes de production. Et travailler sur la qualité de ses produits, ça veut dire être en lien avec son territoire, être fier de son produit... Oui, alors on a quand même une notion de relocalisation des productions agricoles et de souveraineté alimentaire, donc oui, que la production agricole locale puisse alimenter la population ici [...]. » (OPA8)*

Certaines collectivités territoriales cherchent ainsi à préserver les terres agricoles des opérations de construction immobilière au profit du maintien d'une agriculture de proximité, et d'une activité maraîchère périurbaine. L'établissement d'un Périmètre de Protection des Espaces Agricoles et Naturels Périurbains (PPEANP) par le département, en lien avec la SAFER de Gironde, a ainsi permis de rendre inconstructible une partie de l'ancienne zone maraîchère au Nord-ouest de Bordeaux, et donc de reprendre la main sur certaines parcelles pour les mettre à la disposition de candidats à l'installation. Cependant, ces stratégies, du point de vue des *titulaires* (voire de certains *challengers*) sont insuffisantes, et posent finalement plus de problèmes qu'elles n'en résolvent. En effet, il s'agit en général de micro-surfaces sans bâtiments de ferme ou qui nécessiteraient des investissements considérables pour les rendre viables (investissements trop lourds à assumer par des créateurs d'activité et

qui ne sont pourtant pas pris en charge par la collectivité), sur lesquelles les agriculteurs ne peuvent habiter (ce qui pose problème en matière d'organisation du travail) :

*« On ouvre la porte aux jeunes, et on essaie de faire tout ce qu'il faut pour qu'ils s'installent, mais après, mettre des jeunes sur des toutes petites parcelles qui sont non-viables... On en a un exemple juste à côté, le pauvre... Eduardo. Il est brave comme tout mais... il a une trop petite parcelle, il aurait des bonnes terres mais il faudrait refaire le système d'assainissement. L'administration dit "oui, oui", mais le temps passe et c'est trop long. » (P3)*

La viabilité économique de ces micro-fermes et leur intérêt pour les agriculteurs a d'ailleurs été (et l'est encore) l'objet de luttes entre *titulaires* et *challengers*. En effet, les seconds (et les organisations alternatives de l'agriculture paysanne en particulier) sont parvenus à faire reconnaître aux des décideurs politiques l'existence d'une pluralité de demande de la part des candidats à l'installation et la nécessité d'en tenir compte dans l'accompagnement de ces démarches. Ainsi en Gironde, l'AGAP 33 est désormais labellisée comme une structure d'accompagnement à l'installation, malgré des positions politiques antagonistes à celles de la Chambre d'agriculture, en particulier sur la question de la surface minimale pour démarrer une activité en maraîchage :

*« Et je suis... depuis l'année dernière aussi, il y a eu une volonté de reconnaître... en fait le grand changement de l'année dernière en termes de politique à l'installation, ça a été une reconnaissance de la diversité des visions de l'agriculture. Qu'il n'y a pas une seule façon d'accompagner à l'installation en agriculture. [...] Il se trouve que les personnes qui veulent s'installer en hors-cadre familial sur de petites structures, sont souvent demandeurs de notre réseau, de notre accompagnement et de nos documents. Ça, ça n'existe pas ailleurs de dire qu'on peut s'installer en maraîchage sur 1,5 hectares de plein champ avec 1500 mètres carré de serres. Donc... et encore là, le maraichage c'est peut-être celui qui le représente le moins bien. » (OPA8)*

Comme on le voit, l'action sur l'offre met en jeu des conflits politiques entre *challengers* et *titulaires* de la filière girondine des fruits et légumes frais. Ceux-ci cherchent en effet à promouvoir des modèles de développement correspondant à leurs représentations de ce que *sont* et *doivent être* les normes définissant les modèles professionnels légitimes. Au cœur de ces luttes, l'accompagnement des installations et la définition des modèles économiquement viables occupent une place centrale, dans un contexte particulièrement marqué par la diversification des attentes et des profils des candidats à l'installation. Si les

*titulaires* contrôlent encore fortement les procédures de suivi et d'accompagnement, leur monopole sur l'orientation et la définition des « bonnes » installations s'effrite, comme le montre l'exemple de la labellisation de l'AGAP 33 par la DRAAF et le Conseil régional comme structure d'accompagnement à l'installation et la reconnaissance de la diversité des modèles agricoles.

### **2.3.2. Agir sur la relocalisation des systèmes de distribution : la vente directe sinon rien ?**

Au-delà de ces luttes autour des problématiques liées à la recomposition sociologique de la filière marquée par l'installation d'*entrepreneurs-paysans*, les *challengers* mettent aujourd'hui l'accent sur la réorganisation des débouchés commerciaux de la filière. Celle-ci a d'abord reposé sur un travail de politisation, à travers lequel ces acteurs ont cherché à critiquer les modalités de distribution dominantes de la filière, et à promouvoir les circuits les plus alternatifs, en termes de formation des prix et d'encastrement des relations sociales entre producteurs et consommateurs. L'ennemi identifié par cette coalition a donc été, sans grande surprise, la grande distribution, jugée responsable de tous les maux actuels des producteurs (disparition, perte de sens du métier, difficultés économiques) et d'une bonne partie de ceux de la société (perte du lien social entre agriculteurs et consommateurs, « industrialisation » de l'alimentation, risques sanitaires et environnementaux, etc.). De plus, les stratégies marketing de ces acteurs vis-à-vis des circuits courts et de la relocalisation de leurs approvisionnements faisaient craindre aux *challengers* une tentative de récupération politique et commerciale des symboles associés aux démarches qu'ils cherchaient à mettre en œuvre. Ils ont donc constamment cherché à tenir à distance les représentants de la grande distribution de la problématisation des enjeux associés aux circuits courts de proximité<sup>111</sup>.

Aujourd'hui, on assiste à un travail de dépolitisation de ces questions, du fait d'une relative conventionnalisation (voire d'une banalisation) de leur prise en charge et de leur reproblématisation en termes économiques. Malgré cela, le développement de ces modes de commercialisation ne suscite pas un rapprochement des acteurs de la filière avec les enseignes

---

<sup>111</sup> A l'occasion d'une restitution des résultats d'une enquête INSEE portant sur les attentes alimentaires des bordelais organisée dans les locaux de Bordeaux Métropole en mars 2016, nous avons pu noter le refus catégorique de certains de ces *challengers* ( pour la plupart des associations de développement de l'agriculture périurbaine ou ayant mis en œuvre des stratégies d'approvisionnement en circuits courts de proximité) à s'engager dans une quelconque forme de négociation avec les enseignes de la grande distribution autour de la valorisation des fruits et légumes locaux. Alors que nous interpellions l'assistance en suggérant que la grande distribution pourrait être un partenaire intéressant pour tenter de développer la consommation de produits locaux répondant aux attentes des consommateurs, il nous a été vertement répondu que nous n'étions « pas là pour servir la soupe à la GMS ».

de la grande distribution et reste essentiellement appréhendé à partir de la valorisation des systèmes de vente directe et / ou d'approvisionnement de la restauration collective.

Le développement des circuits courts de proximité au sein de la filière girondine a dans un premier temps été appuyé par les *challengers* de son gouvernement. Ces acteurs se sont appuyés sur la popularité de certains systèmes de distribution auprès des nouveaux producteurs et des consommateurs, comme les Amap et les systèmes de paniers, pour promouvoir ces nouveaux modes de distribution en rupture avec les systèmes traditionnels dominants (vente aux grossistes, aux grandes surfaces, etc.). Ainsi, à la fin des années 2000, le développement d'Amap sur le territoire girondin a suscité un fort engouement de la part de certaines collectivités territoriales, voire de partis politiques de gauche, qui ont fait de ces systèmes un symbole de la lutte contre l'industrialisation de la filière et pour la préservation d'une agriculture paysanne de proximité :

*« [Le fondateur de l'Amap du Haillan, si on l'a rencontré] c'est parce qu'il est élu municipal EELV au Haillan, j'avais dû faire une visite dans le cadre d'un truc organisé par la CUB, et il y avait d'autres élus EELV et ils ont dû avoir... ça a dû se passer comme ça. Sur Caudéran, je sais pas comment ça s'est fait, avec Michèle et Thierry. C'est pas Michèle et Thierry, c'est... on s'est fait un peu manipuler sur Caudéran, mais c'est pas grave. C'est dans le cadre des législatives, il y avait une réunion publique de EELV et ça faisait partie de leurs éléments de communication de monter une Amap. »*  
(P1)

Cette focalisation d'une partie des *challengers* sur la promotion et la diffusion des modes de distribution les plus alternatifs par rapport aux systèmes dominants renvoie à la volonté de mettre en œuvre de nouveaux modèles de développement agricole. Ces systèmes sont en effet plus ou moins confusément associés par certains de leurs promoteurs (en particulier ceux qui sont les plus éloignés du monde agricole) à des systèmes plus vertueux du point de vue de la qualité des produits<sup>112</sup>, de la rémunération des agriculteurs et de la maîtrise des choix alimentaires des consommateurs, par la diffusion de connaissances nouvelles sur les produits et leurs modes de production. Au début des années 2010, les acteurs ayant contribué

---

<sup>112</sup> La certification en AB est en effet souvent un prérequis pour la contractualisation entre un producteur et un groupe de consommateurs, ou bien un objectif établi à moyen terme pour les producteurs par les consommateurs. De manière générale, si certaines Amap ne font pas de la labellisation un élément important de la qualification des produits, la petite taille des exploitations et le sentiment qu'ont les consommateurs de « connaître » les modes de production des agriculteurs suffisent à leur donner l'impression d'avoir des produits de qualité supérieure à celle qu'ils peuvent attendre dans le commerce conventionnel.

au développement des circuits courts de proximité au sein de la filière analysent le rôle clé des Amap dans l'intérêt croissant porté par les collectivités territoriales à ces démarches :

*« Moi je pense que les Amap ont eu un rôle déterminant, même si aujourd'hui elles sont plus effacées. Mais je pense qu'elles ont eu un rôle déterminant, parce que les collectivités se sont mises à réfléchir, surtout autour de la CUB, à la question des circuits de proximité parce qu'elles étaient sollicitées par une Amap pour avoir un local par exemple. Je pense à Villenave d'Ornon qui avait pas mal participé aux réunions qu'on avait organisées par la suite, c'était vraiment ça leur entrée. Et après ils se sont mis à réfléchir sur comment on s'approvisionne sur le territoire. Ensuite, il y a eu la question de la restauration scolaire, mais c'est un deuxième point. Mais les Amap ont vraiment contribué à ça, tout simplement parce que les Amap organisent quelque chose directement avec les citoyens qui eux renvoient des besoins, des demandes vis-à-vis de la collectivité. » (CT5)*

Cependant, comme le note cette chargée de mission, si elles ont contribué à amener les collectivités territoriales à prendre position sur des questions agricoles et alimentaires, les Amap sont aujourd'hui moins présentes dans le débat public – et ce même si leur nombre continue de régulièrement progresser sur l'agglomération bordelaise et en Gironde<sup>113</sup>. Le désintérêt relatif des *challengers* du gouvernement de la filière pour ces systèmes peut s'expliquer pour plusieurs raisons, à commencer par leur mise en concurrence avec de nouveaux systèmes comme les Ruches ou d'autres systèmes de paniers sans engagement. La multiplication de ces modèles ne s'inscrivant pas dans la critique des modèles de développement agricole et de consommation dominants comme ont pu le faire les Amap se traduit par une certaine dépolitisation des enjeux associés à ces modes de distribution des fruits et légumes. Désormais, l'enjeu semble être d'améliorer l'accessibilité pour les consommateurs à ces circuits pris dans leur diversité :

*« Une Amap il y a sept ou huit ans c'était très intéressant parce qu'il y avait pas de producteurs maraîchers, donc ça permettait pour les maraîchers d'avoir son marché identifié et une avance en trésorerie et puis aux Amapiens d'être sûrs d'avoir des produits de proximité, ce qu'ils étaient pas sûrs de trouver avant. Aujourd'hui l'offre*

---

<sup>113</sup> On pouvait recenser, en juillet 2016, 36 Amap localisées sur la métropole bordelaise à partir du site [www.amap-aquitaine.org](http://www.amap-aquitaine.org). Ce recensement omet par ailleurs les systèmes de paniers non affiliés aux réseaux Amap. Sur ces 36 associations, 14 d'entre elles seulement avaient été créées avant 2010, les deux premières ayant été créées en 2005 sur les communes de Pessac et Talence. 2008 et 2009 ont été des années particulièrement fastes en termes de création d'Amap (10), tout comme 2011 et 2012 (11). La ville de Bordeaux totalise quant à elle près du tiers des Amap de la métropole, avec 10 associations.

*augmente un petit peu, les consommateurs augmentent aussi beaucoup, mais l'offre se diversifie donc ils sont aussi captés par d'autres... ils regardent ce que fait la Ruche, ils regardent le producteur d'à côté qui commence à vendre des pommes de terre d'Eysines et ils se disent... l'accessibilité des produits est plus facile. » (CT6)*

De fait, la multiplication de ces systèmes reposant sur la proximité relationnelle et géographique (quoique cette seconde dimension soit négociable en fonction des produits) entre producteurs et consommateurs tend à faciliter la reproblématisation de l'intérêt de ces modes de commercialisation en termes économiques :

*« Le modèle évolue sur un modèle peut-être un peu moins solidaire, un peu plus économique et sur une entente économique plutôt que sur une entente sociale. Le consommateur est content de trouver pas trop cher, et le producteur est content d'avoir des consommateurs un peu moins exigeants. On est sur un modèle de 50-50, d'entente économique. » (CT6)*

Cependant, malgré cette dépolitisation, l'institutionnalisation de nouveaux rapports de distribution a favorisé, de la fin des années 2000 jusqu'à aujourd'hui encore, le développement des systèmes de vente directe. Cette valorisation exclusive des systèmes de vente directe est aujourd'hui remise en question, y compris par les *challengers*. En effet, en vue d'améliorer l'offre de fruits et légumes locaux, de nouveaux circuits de distribution sont investis par les acteurs de la filière. Au cours des dernières années, leur effort a porté principalement sur deux types de circuits : l'approvisionnement de la restauration collective et des commerçants indépendants, en produits biologiques et locaux. De fait, les acteurs de l'AB contrôlent fortement le travail autour de la réinstitutionnalisation des rapports de distribution, tout en participant fortement à la dépolitisation des enjeux qui y sont associés, en initiant certaines passerelles entre *titulaires* et *challengers*.

En Gironde, comme dans d'autres territoires, une réponse au problème défini en termes d'amélioration de la souveraineté alimentaire est passée par le développement des approvisionnements de la restauration collective via des circuits courts de proximité et la création de structures coopératives de type SCIC, associant collectivités et entreprises privées. Cette solution a bénéficié des nouvelles orientations de la politique d'offre alimentaire régionale mise en œuvre par la DRAAF et les collectivités territoriales. Le Conseil général cherche depuis 2012 à insuffler de nouvelles dynamiques allant dans ce sens, en partenariat avec certains réseaux professionnels, et en particulier ceux de l'AB, pour augmenter la part des approvisionnements locaux dans les services de restauration collective des établissements

publics qu'il gère. Depuis cette date, le Conseil général a accompagné 25 collèges pilotes et plusieurs collectivités dans ces démarches de relocalisation, avec l'appui technique de l'interprofession Arbio Aquitaine et de l'association 1+ Bio.

Néanmoins et malgré l'intérêt que ces démarches peuvent présenter pour les collèges et les collectivités territoriales d'un point de vue politique, le développement de ces marchés au sein de la filière des fruits et légumes frais ne va pas de soi, du fait de l'existence de contraintes propres à l'activité et aux temporalités de celle-ci pour les producteurs comme les gestionnaires et chefs cuisiniers des collèges. De manière générale, les producteurs reprochent aux services de restauration collective une irrégularité dans les commandes ne leur permettant pas de véritablement pouvoir planifier les mises en culture, ainsi que des volumes insuffisants pour que l'activité commerciale avec ces clients soit rentable. Symétriquement, les acteurs de la restauration collective leur reprochent des difficultés dans le respect des commandes (en termes de conditionnement et de volumes) et des délais. Qui plus est, les temporalités de l'activité de ces deux catégories d'acteurs ne sont pas les mêmes. Alors que les producteurs sont plutôt spécialisés sur des productions d'été, cette période coïncide en général avec une période d'activité moins importante pour les services de restauration collective.

De fait, l'approvisionnement des services de restauration collective suppose de travailler sur l'offre des producteurs et nécessite l'invention de nouvelles structures afin de grouper et planifier l'offre locale et de réguler les échanges marchands sur ce type de circuits. Ce faisant, les *challengers* se voient en quelque sorte forcés de repenser leurs stratégies d'accompagnement de ces démarches, du fait des exigences commerciales des acteurs de l'aval en matière de conditionnement, de prix, de délais de livraison, etc. Autrement dit, alors que les initiatives cherchant à encourager le développement de systèmes de vente directe pouvaient porter en elles les germes d'une contestation de l'ordre institutionnel de la filière, le développement de ces systèmes mettant en jeu un intermédiaire marchand entre producteurs et consommateurs finaux tend à conventionnaliser ces démarches et leur accompagnement. Les producteurs pouvant répondre à ce type de marchés ne sont d'ailleurs pas souvent des « petits » producteurs diversifiés, mais plutôt des *entrepreneurs traditionnels fragilisés*, voire des *managers*, travaillant sur des ateliers de production relativement spécialisés et ayant intégré les exigences propres à la commercialisation sur des marchés de gros ou demi-gros.

La création d'une plateforme collective de producteurs biologiques sur le MIN de Brienne s'inscrit tout à fait dans cette logique. En 2011, suite à une rencontre organisée par le GIP Pays et Quartiers d'Aquitaine autour du développement des circuits courts de proximité

en Gironde, le directeur du MIN de Brienne émet l'idée de réintroduire des producteurs sur le carreau du MIN, ceux-ci ayant progressivement abandonné la place aux grossistes. Au début des réflexions autour de ce projet, les réunions sont ouvertes à l'ensemble des acteurs de l'amont de la filière. On retrouve ainsi les associations girondine et aquitaine des producteurs labellisés en AB, un groupement de producteurs maraîchers girondins, les collectivités territoriales du département (la CUB à travers son service Economie Sociale et Solidaire qui portera finalement le projet, le Conseil général, le Conseil régional, etc.). La Chambre d'agriculture, elle, brille par son absence.

L'idée de ce projet est donc de créer une plateforme de producteurs afin d'approvisionner, depuis le carreau du MIN, les commerçants indépendants et les services de restauration collective en produits locaux. Juridiquement, les partenaires du projet s'orientent vers la création d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) associant les entreprises et les collectivités territoriales au sein du conseil d'administration. L'association Agrobio Gironde, fin 2011, recrute de son côté une salariée dans le but d'accompagner ce projet qui s'oriente de plus en plus vers le marché des produits biologiques, jusqu'alors indisponibles sur le carreau. Cependant, le projet manque de capoter quand le groupement de producteurs décide de se retirer en cours de route (pour des raisons qui aujourd'hui encore, semblent floues), alors que le modèle économique de la SCIC reposait à 80 % sur ses apports et que le recrutement de producteurs girondins avait été cadencé par son directeur. De fait, quelques mois avant le début de l'activité commerciale, le projet se trouve amputé de la majeure partie de ses volumes et les quelques producteurs qui restent sont lot-et-garonnais. La peur que ne soit « offert sur un plateau » le marché bordelais à leurs voisins mais néanmoins concurrents incite quelques producteurs locaux à se rapprocher de la démarche à laquelle ils adhèrent.

Finalement, le projet s'oriente définitivement vers une structure de mise en marché de fruits et légumes biologiques et la SCIC Loc'Halle Bio voit le jour en septembre 2013, un commercial étant alors embauché pour écouler la production d'une quinzaine de producteurs lot-et-garonnais, girondins, landais et charentais sur le carreau de Brienne. Parmi ces producteurs, la plupart sont des *entrepreneurs traditionnels fragilisés* qui ont tous déjà, au moment de se lancer dans cette activité, une expérience antérieure en matière de commerce de gros ou demi-gros. Certains (comme P14 et P16) ont d'ailleurs profité de cette plateforme pour amorcer un virage conventionnel dans la gestion de leurs systèmes de production, en resserrant leur gamme initialement prévue pour une commercialisation en vente directe. D'autres producteurs rentrant dans la démarche peuvent même être assimilés à des *managers*,

eu égard à la taille de leurs exploitations et aux volumes qu'ils mettent en marché via cette structure (qui ne correspond pour eux qu'à une stratégie de diversification commerciale). Autrement dit, si ce projet vise bien une forme de reprise en main sur l'organisation des marchés de la filière locale par certains *challengers* comme les collectivités infradépartementales ou certaines organisations alternatives (de l'AB notamment), il ne repose pas sur une subversion des logiques dominantes du gouvernement de la filière. Au contraire même, il permet à certains producteurs d'amorcer un virage radical par rapport à leur projet initial d'installation, en les incitant à se mettre au diapason des logiques dominantes de la filière dans la gestion de leurs systèmes de production et de distribution.

Le gouvernement de la filière girondine est marqué par la prégnance des enjeux associés au développement des circuits courts de proximité. Si leur construction semble contrôlée par les *challengers*, les *titulaires* cherchent à peser à leur manière sur la prise en charge de ces enjeux. Des luttes se font ainsi jour, au sein de la filière, pour contrôler la définition des « bonnes » installations et les dispositifs d'accompagnement technico-économique des processus d'installation. Néanmoins, la reconnaissance de la nécessité d'encourager une pluralité d'agriculture sert les intérêts des *challengers* dont les conceptions du développement agricole se voient entérinées par les pouvoirs publics. Le poids des *challengers* dans la définition des problèmes de la filière locale s'est également traduit par la légitimation de certains circuits de distribution. L'institutionnalisation de nouveaux rapports de distribution s'est ainsi traduite par la valorisation des circuits les plus en rupture par rapport aux systèmes dominants : Amap, systèmes de paniers, marchés paysans, approvisionnement de la restauration collective, etc. En corollaire, les acteurs de la grande distribution sont généralement tenus à l'écart des arènes de gouvernement locales de la filière par les *challengers* qui, jusqu'à présent, refusent catégoriquement de les intégrer aux négociations autour du développement des circuits courts de proximité.

\*

\*      \*

En conclusion, nous avons cherché à montrer dans ce chapitre comment la filière des fruits et légumes frais était aujourd'hui traversée dans son ensemble par la montée des préoccupations portant sur la réorganisation de ses systèmes de distribution. Le problème est ainsi cadré par les traditionnels *challengers* du gouvernement (« petits » producteurs ne correspondant pas aux normes professionnelles dominantes, organisations professionnelles alternatives, collectivités territoriales) selon des logiques visant à politiser les problèmes

qu'ils font remonter. De leur point de vue, l'organisation dominante des débouchés de la filière est problématique : la domination des distributeurs sur la définition des qualités acceptables et la captation de la valeur ajoutée sont les principaux problèmes, auxquels s'ajoutent ceux portant sur l'empreinte environnementale des systèmes d'expédition. Ils cherchent donc à construire les circuits courts de proximité comme supérieurs, tant du point de vue économique, qu'environnemental et moral, aux circuits d'expédition. De leur côté, les *titulaires* adoptent une posture visant à dépolitiser les enjeux associés par les *challengers* au développement des circuits courts de proximité. Ils mettent en avant l'impossibilité à développer ces marchés de niche qui ne représentent les intérêts que d'une petite part des acteurs de la filière, et en particulier ceux des autorités publiques qui mobilisent ce registre de politisation à des fins électoralistes. Pour eux, le développement des circuits courts de proximité présente un danger vis-à-vis de la dérégulation des institutions collectives encadrant les procédures de mise en marché et doit donc être cantonné à certains secteurs de la filière tels que le maraîchage périurbain. Il ne doit donc pas être opposé aux autres systèmes de distribution, auquel ils s'articulent.

Ce chapitre a également été l'occasion de montrer qu'entre ces deux coalitions de cause s'opposant sur les modèles de développement agricoles et de distribution légitimes, une troisième, composée par les distributeurs, s'intercalait. Ceux-ci usent de manière stratégique des registres de politisation et de dépolitisation des enjeux associés au développement des circuits courts de proximité. Ils font de ces circuits des outils politiques au service des agriculteurs français et régionaux, par lesquels ils peuvent témoigner d'un engagement vis-à-vis d'eux. Mais ils recourent dans le même temps à des stratégies de dépolitisation proches de celles des titulaires pour justifier de la place de ces circuits dans leurs stratégies d'approvisionnement. En effet, ils cherchent à se déresponsabiliser vis-à-vis de leur rôle dans leur marginalisation, en mettant en avant l'impossibilité à s'approvisionner exclusivement via ces circuits, du fait d'un manque d'offre locale (en régularité comme en diversité) et des habitudes alimentaires des consommateurs (désaisonnalisées).

Nous avons également montré que ces coalitions de cause investissaient une pluralité d'échelles de gouvernement pour faire valoir leurs revendications vis-à-vis du développement de ces modes de commercialisation et peser sur la mise en œuvre d'instruments de politique publique correspondant à leur conception de ces modes de commercialisation et leur portée au sein de la filière. Ainsi, deux tendances semblent se dégager. Les circuits courts de proximité

sont principalement pris en charge aux échelles locales par des configurations d'acteurs variées en fonction des territoires.

En Gironde par exemple, la désorganisation de la filière a ainsi autorisé les *challengers* à initier des modes de prise en charge rompant avec les logiques instituées par les *titulaires* : le développement des circuits courts y est pensé en lien avec la problématique des installations et des transmissions, principalement par rapport au développement des systèmes de vente directe, pour répondre à un problème cadré par rapport à l'amélioration de l'autonomie alimentaire du territoire. A l'échelle européenne, le gouvernement de la filière n'est pas bouleversé par la montée des préoccupations sur la réorganisation des circuits de distribution. Le développement de ces circuits, s'il fait bien partie des ambitions de la nouvelle PAC, ne remet pas en question l'organisation générale des débouchés de la filière, mais vient s'ajouter à des ambitions plus générales de développement durable : amélioration de la qualité environnementale et gustative des produits, contribution au développement économique local, mise en œuvre d'un développement rural équilibré, etc. De fait, si l'ensemble des échelles de gouvernement de la filière est impacté par la montée en puissance des préoccupations sur la réorganisation de ses systèmes de distribution, les enjeux n'y sont pas construits, problématisés, instrumentés et légitimés de la même manière, ni par les mêmes acteurs.

La conséquence de l'incomplétude du gouvernement des circuits courts de proximité, de l'incertitude et des ambiguïtés que celle-ci suscite au sein de la filière fournit aux acteurs d'importantes marges de manœuvre en termes de manipulations des symboles associés à ces modes de distribution, tout particulièrement aux distributeurs. En effet, si nous avons montré qu'ils restaient relativement discrets vis-à-vis de l'instrumentation de ces modes de distribution, ils cherchent aujourd'hui à stabiliser de nouveaux modes de qualification des produits mettant en avant – de manière plus ou moins claire et lisible – une origine géographique « locale » et / ou les liens directs entretenus avec les producteurs.

## CHAPITRE 6 : LE « LOCAL », UNE NOUVELLE INSTITUTION MARCHANDE ? UNE SOCIOLOGIE DES QUALIFICATIONS MARCHANDES

Ce chapitre aura pour but de traiter la manière dont un nouveau registre de qualification, le *local*, s'est institutionnalisé au sein de la filière des fruits et légumes frais au cours de ces dernières années, tant du point de vue des consommateurs que de celui des acteurs marchands et des collectivités territoriales. Nous avons en effet montré que la relocalisation des systèmes de distribution devenait un enjeu de luttes politiques entre *titulaires* et *challengers* pour le contrôle des rapports institués de distribution de la filière. Si le registre de qualification par la proximité géographique se déploie dans un espace politique au sein duquel il est progressivement légitimé par les *challengers* et réapproprié par les *titulaires* du gouvernement de la filière, est-il également mobilisé hors de ces arènes territoriales et politiques par les acteurs chargés de la production et de la distribution, dans leurs stratégies de mise en marché et de valorisation des produits ? Autrement dit, ce registre constitue-t-il un repère, une *institution marchande* (François, 2011), pour les consommateurs, les producteurs et l'ensemble des intermédiaires marchands intervenant à un stade ou un autre de la filière ?

Sans surprise, le travail réalisé par une partie croissante des distributeurs visant à identifier les produits locaux semble montrer que ce registre fonctionne bien comme une institution pour la majeure partie des acteurs de la filière. Ceux-ci, même s'ils ne basent pas la totalité de leurs stratégies marchandes sur ce principe, sont néanmoins tenus de le prendre en compte et de se positionner par rapport à lui. Mais alors, quels sont les repères institués qui se trouvent déstabilisés par l'émergence de cette nouvelle institution ? Participe-t-elle d'une nouvelle appréhension des systèmes de qualification des fruits et légumes ? Est-elle associée à une qualité supérieure, et si oui, par l'ensemble des acteurs de la filière, des producteurs aux consommateurs ? En définitive, la référence à la localité des fruits et légumes les dote-t-elle d'une nouvelle valeur marchande, permet-elle d'aménager de nouveaux rapports de négociation marchande ?

Compte tenu de son caractère relativement malléable, la référence à cette notion de « localité » pour qualifier les fruits et légumes et son utilisation croissante par les distributeurs, voire les grossistes, mais aussi les collectivités territoriales ou les organisations professionnelles, ne permet-elle pas d'en user de manière stratégique et ce afin de masquer d'autres points dont le caractère polémique ou sujet à des controverses scientifiques, sociétales ou morales (tel que l'usage de produits phytosanitaires) en rendrait l'usage risqué

d'un point de vue commercial ? Enfin, la qualification des fruits et légumes par rapport à leur caractère local est-elle systématiquement mobilisée ? Autrement dit, tous les produits se prêtent-ils de la même manière à une distinction par leur localité ? De ce point de vue, il semblerait que les acteurs de la filière des fruits et légumes frais aient expérimenté avec succès des formes alternatives et innovantes de segmentation des produits, sur lesquelles nous reviendrons à la fin de ce chapitre.

Pour répondre à ces questions, nous montrerons comment ce registre de qualification s'est institutionnalisé, c'est-à-dire comment il est devenu un repère, une « saillance dans le marché » (Chauvin, 2011b) orientant les décisions et stratégies des acteurs de la filière, qu'ils soient marchands ou non. Pour cela, nous considérerons les institutions dans une perspective pragmatiste, en suivant le sentier défriché dans leur ouvrage collectif par P. François et S. Dubuisson-Quellier (2011). Nous les définirons comme des « catégories de pensée collective, dotées d'une certaine efficacité lorsqu'elles sont engagées dans des activités pratiques » (François, 2011, p. 40). Cela nous permettra de décentrer le regard par rapport aux approches rendant compte de la reproduction dans le temps des institutions existantes, pour appréhender au contraire les processus par lesquels une institution marchande (c'est-à-dire un repère cognitif et pratique pour les acteurs), en se stabilisant, vient perturber, renforcer, ou s'articuler à la myriade des institutions existantes orientant déjà les représentations et pratiques des acteurs. Partant, c'est moins à l'analyse de l'émergence de cette institution que sera consacré ce chapitre qu'à la manière dont elle reconfigure les logiques d'échange marchand et traduit une mutation des relations de pouvoir entre les acteurs de la filière dans leur capacité à imposer aux autres une manière de « lire » les produits.

Ensuite, nous chercherons à démontrer comment ce nouveau registre de qualification impacte ou non les systèmes d'évaluation professionnels de la qualité des professionnels de la filière. En mobilisant les apports de plusieurs traditions de recherche sur la qualification des biens dans une économie de marché, qu'il s'agisse de la sociologie économique de l'intermédiation marchande (Debril, 2000 ; Dubuisson-Quellier, 2003 ; Chauvin, 2010) ou de l'économie des conventions (Eymard-Duvernay, 1993 et 2006 ; Orléan, 1994), nous montrerons que si la qualification des fruits et légumes frais met en jeu une pluralité de dispositifs permettant d'évaluer (et valuer) leur(s) qualité(s), leur localité n'est pas, du point de vue des distributeurs et des professionnels du marché, une garantie intrinsèque de qualité supérieure. La mise au jour du travail politique réalisé par des acteurs aux intérêts divergents autour de la qualification des fruits et légumes frais remet en cause l'idée de naturalité de ces

produits. Leur qualité doit être appréhendée comme le résultat de luttes, de compromis et d'actes de travail qui pèsent sur leur réalisation et les cadres à partir desquels les acteurs jugent de leur(s) qualité(s) et leur confèrent une valeur économique.

De plus, si le recours à la qualification locale des fruits et légumes participe bien d'une nouvelle forme de segmentation de l'offre, elle n'est pas le seul registre mobilisé par les acteurs marchands de la filière, qui peuvent faire valoir d'autres arguments, basés sur la praticité des produits, les innovations en termes d'assortiment ou encore une segmentation par les usages, etc. Nous chercherons ainsi à montrer que la distribution des fruits et légumes, de même qu'elle repose sur une pluralité de circuits de distribution, met constamment en jeu une pluralité de formes de qualification, parmi lesquelles le local ne représente qu'une solution parmi un éventail plus large de possibilités.

## **1. Le local comme catégorie collective, un point aveugle de la littérature sur la relocalisation des circuits alimentaires ?**

Depuis maintenant une quinzaine d'années, un champ de recherche s'est ouvert, en France, en Europe et en Amérique du Nord autour des questions associées à la relocalisation des systèmes alimentaires. Nous présenterons ici ces travaux, en montrant que le local y est souvent traité de manière implicite, à de rares exceptions près (Born, Purcell, 2006 ; Baker, 2011), les recherches ayant plutôt tenté de rendre compte du fonctionnement de ces systèmes en mobilisant les grilles de lecture de l'économie des proximités (Torre, Rallet, 2005 ; Torre, Beuret, 2012 ; Kebir, Torre, 2013). Ainsi, et malgré les nombreux appels à investiguer cette catégorie mouvante, labile, peu de travaux ont véritablement su en déployer une analyse sociologique pour elle-même. Nous montrerons alors que les travaux relevant de la sociologie des professionnels du marché (Cochoy, Dubuisson-Quellier, 2000 ; Barrey et al., 2000) et de l'intermédiation marchande (Debril, 2000 et 2005 ; Dubuisson-Quellier, 2003) fournissent des outils heuristiques pour analyser la manière dont les acteurs marchands se saisissent de cette catégorie, l'investissent de sens possiblement multiples et contradictoires, et façonnent leurs stratégies à partir d'elle.

### **1.1. Les limites de la littérature sur la relocalisation des circuits alimentaires**

Les premières recherches sur la relocalisation des systèmes alimentaires ont été le fait de sociologues et d'anthropologues anglo-saxons, principalement nord-américains et britanniques. C. Deverre et C. Lamine (2010) en ont proposé une recension toujours

d'actualité. Ils montrent d'une part que si les recherches nord-américaines se sont centrées principalement sur les questions de sécurité alimentaire, d'accès des communautés à une alimentation locale et de qualité et d'organisation de nouvelles modalités de distribution des produits agricoles en lien avec ces problématiques, les travaux britanniques se sont eux plutôt centrés sur le développement de systèmes valorisant les productions locales et leur qualité, rapprochant ainsi producteurs et consommateurs. De nombreuses recherches ont ainsi analysé la manière dont les *Community Supported Agriculture* (CSA), précurseurs américaines des Amap françaises, et les *Farmers' Markets* impactaient, tant au point de vue économique que social, les consommateurs, les producteurs, les relations qu'ils pouvaient entretenir et les connaissances sur le produit induites par ces relations (Hinrichs, 2000 ; Kirwan, 2004 ; Brown, Miller, 2008). Toutefois, comme le notent C. Deverre et C. Lamine, « si cette approche britannique focalisée sur la recherche de qualité et de confiance fait davantage appel que la nord-américaine aux initiatives portées par les producteurs agricoles, elle approfondit beaucoup moins les dimensions proprement politiques des systèmes agroalimentaires alternatifs » (Deverre, Lamine, 2010, p. 60).

Ainsi, ces systèmes alimentaires relocalisés ont, dans un premier temps au moins, été envisagés par les chercheurs anglo-saxons, puis français, comme des modèles alternatifs par rapport aux systèmes agroindustriels dominants qui avaient contribué à l'éloignement social et géographique entre producteurs et consommateurs. En effet, la plupart des initiatives étudiées renvoyaient à de nouveaux schémas d'organisation des relations marchandes, basés sur la coprésence physique du vendeur, de l'acheteur et du produit. Cette coprésence a souvent été analysée comme une source d'information pour les consommateurs jouant le rôle de dispositif de confiance par rapport à la qualité des produits, à l'inverse des systèmes de connaissance et d'information experts matérialisés sur le produit par les industries agroalimentaires (Bénézech, 2007 ; Vincq et al., 2010). De fait, l'institutionnalisation de ces systèmes à des échelles territoriales réduites, de proximité, a souvent été pensée comme une des clés de leur capacité à proposer un modèle d'organisation alternatif à celui des chaînes agroindustrielles dominantes (Baker, 2011) et a pu entraîner certains auteurs à opposer de manière parfois caricaturale ces systèmes locaux au système global.

Dans cet ordre d'idées, les travaux de J. Murdoch et M. Miele (1999) sur la transformation des mondes de production dans le secteur agroalimentaire opposent les dispositifs de qualification des produits dans les systèmes industriels dominants déployés à une échelle globale à ceux ayant cours dans les systèmes de production localisés et

spécialisés. Alors que les premiers sont fondés sur des standards et des conventions de qualité impersonnelles ayant vocation à désencastrer les produits de leurs modes de production naturels, ceux des circuits de production localisés sont orientés vers des dimensions environnementales ou vers la qualité sanitaire ou nutritionnelle des aliments. On aurait ainsi, d'un côté, des systèmes globaux de production reposant sur des mécanismes de dépersonnalisation des produits pour permettre leur échange à travers des espaces géographiquement étendus, dont la conséquence serait la perte de souveraineté des producteurs et des communautés quant à leurs choix alimentaires<sup>114</sup>. De l'autre, les systèmes localisés permettraient de mettre en jeu de nouvelles conventions de qualité – domestiques et non industrielles – fondées sur l'encastrement des relations marchandes dans un faisceau dense de relations sociales et interpersonnelles, et donc de maîtriser les décisions relatives à l'agriculture et l'alimentation.

Pourtant, cette vision dichotomique opposant les systèmes locaux alternatifs aux systèmes globaux industriels n'est pas satisfaisante. Elle conduit en effet à tomber dans ce que B. Born et M. Purcell (2006) nomment le « piège du local »<sup>115</sup>, celui-ci consistant à investir ces espaces de proximité de représentations normatives et à les construire comme des espaces plus vertueux et désirables que les systèmes de production-distribution-consommation plus étendus géographiquement. Cette « réification » du local (Goodman, 2004, p. 5) ne peut donc pas fonder une véritable posture de recherche. D'ailleurs, la plupart des auteurs anglo-saxons notent que la théorie sociologique a échoué à construire cette notion en concept analytique heuristique et cohérent (Baker, 2011).

En effet, le local est avant tout saisi comme une notion pratique, permettant de circonscrire géographiquement un espace, de le délimiter spatialement, les frontières locales pouvant ainsi renvoyer à des frontières administratives, naturelles ou arbitraires. La littérature sur les systèmes agroalimentaires alternatifs ou localisés envisage cette notion comme « une configuration spatiale ontologiquement donnée plutôt que comme le résultat contingent de processus dynamiques de changement social » (Goodman, 2004, p. 5). En France par exemple, alors que la définition d'un circuit local ou de proximité dans le Code rural fait état d'une distance maximale de 80 kilomètres entre le lieu de production et le point de vente final, peu d'acteurs se réfèrent en pratique à cette définition instituée pour définir ce qui relève ou non d'un système alimentaire local. Ainsi, dans un questionnaire conçu avec les

---

<sup>114</sup> Même si Murdoch et Miele admettent que les processus globaux sont médiés, voire réfractés par des spécificités locales et régionales et que la plupart des productions demeurent ancrées et contrôlées localement.

<sup>115</sup> « Local trap », traduit par nous.

étudiants de Bordeaux Sciences Agro et administré auprès de 381 consommateurs girondins<sup>116</sup>, les échelles régionales et départementales étaient les deux plus citées au moment de définir l'échelle d'un circuit de proximité, avec respectivement 42 % et 29 % des réponses (Tableau 1).

**Tableau 1 : Echelle définissant le mieux un circuit alimentaire de proximité pour les consommateurs bordelais en 2015**

	Nb. cit.	Fréquence
Européenne	8	2,10%
Française	68	18,00%
Régionale	159	42,10%
Départementale	109	28,80%
Infradépartementale	25	6,60%
Ne sait pas	9	2,40%
TOTAL	378	100%

*Source : Enquête Consommateurs – Projet PerfeCTo (PSDR4)*

Le tableau est construit sur 381 observations (3 non réponses).

Aux Etats-Unis, les mouvements locavores définissent les produits locaux comme ressortissant généralement d'un périmètre de 160 à 250 kilomètres (100 à 150 miles) autour du point de vente, sans qu'aucune définition plus précise ne soit stabilisée (Poulot, 2012). Pourtant, certains travaux, français notamment, ont tenté de surmonter cet écueil afin de rendre compte de l'ancrage territorial de ces systèmes alimentaires. Plusieurs travaux, rattachés plus ou moins directement à « l'école des proximités », ont cherché à caractériser ces modèles de distribution des produits agricoles reposant sur des relations de proximité géographique et / ou relationnelle.

## **1.2. Apports et limites des modèles analytiques appliqués à la relocalisation des circuits alimentaires**

Les premiers travaux ayant cherché à rendre compte du lien entre territoire et production alimentaire ont été développés à la fin des années 1990 par des économistes, des anthropologues et des géographes du CIRAD qui ont forgé le concept de Systèmes

<sup>116</sup> Cette enquête a été réalisée dans le cadre du projet Performance des Circuits courts et de proximité et Territoires (PerfeCTo) dans le cadre du programme PSDR 4 cofinancé par l'INRA et la région Nouvelle Aquitaine. Nous remercions en particulier Alexandre Lee, ingénieur de recherche en agriculture et environnement, qui nous a ouvert les portes de son TD avec bienveillance pour la réalisation de cette enquête, ainsi que Stéphanie Peres, ingénieur de recherche au Groupe de Recherche en Economie Théorique et Appliquée (GREThA) avec qui nous avons travaillé pour amener les étudiants vers un produit répondant aux attentes de notre recherche.

Agroalimentaires Localisés (SYAL), défini comme « des organisations de production et de service (unités de production agricole, entreprises agroalimentaires, commerciales, de service, de restauration...) associées par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique » (Muchnik et al., 2008, p. 514). Ce concept a évolué dans le temps, trois périodes successives pouvant être distinguées. La première a correspondu au rapprochement de l'étude des SYAL avec celle des *clusters* et des *systèmes productifs locaux*, dont les SYAL étaient pensés comme une simple déclinaison (Muchnik et al., 2007). Mais ces travaux ont rapidement montré qu'à la différence des *clusters*, la compétitivité de ces systèmes n'était pas liée à la densité spatiale, plutôt aux spécificités territoriales des produits, des hommes et des institutions. Dans un deuxième temps, la recherche sur les SYAL s'est orientée vers les processus de qualification territoriale des produits. La limite de ces approches tenait au fait que la spécificité de ces dynamiques ne pouvait être réduite aux seules productions bénéficiant des certifications de qualité territoriale, de labels, etc. mais devait englober plus généralement l'ensemble des processus territorialisés qui contribuaient à la construction de la qualité, à la différenciation et à la localisation des biens ou des services (Muchnik et al., 2007). De fait, le concept de SYAL a aujourd'hui évolué, sous l'influence des recherches anthropologiques notamment, pour prendre en compte les dimensions liées à la localisation des activités productives, à la multifonctionnalité des exploitations agricoles et des espaces ruraux, aux contraintes environnementales, etc.

Néanmoins, de l'aveu même de ses promoteurs, la notion de SYAL peine aujourd'hui encore à s'imposer comme un objet de recherche interdisciplinaire à part entière (Muchnik et al., 2007), malgré les avancées permises dans la compréhension des liens entre localisation des activités de production, dynamiques de qualification et de différenciation des produits et liens au territoire. Ainsi, malgré une proximité d'objet évidente avec les études portant sur les circuits alimentaires de proximité ou les dynamiques de relocalisation des chaînes alimentaires, ce concept a été peu mobilisé explicitement pour les étudier, à quelques exceptions près (Minvielle et al., 2011 ; Poisson, Saleilles, 2012). Deux éléments peuvent expliquer ceci. Premièrement, une focalisation sur la question des labels et des certifications territoriales, ces modes de qualification n'étant pas nécessairement les plus répandus dans les circuits courts de proximité, et ne concernant pas de la même manière tous les produits mis en marché sur ces circuits<sup>117</sup>. Deuxièmement, alors que les recherches sur les circuits

---

<sup>117</sup> Les légumes sont en effet très peu concernés par ces modes de qualification liés à l'origine, moins de 2 % d'entre eux étant concernés par une AOC ou un label (Jeannequin et al., 2009), alors qu'ils constituent souvent une entrée empirique privilégiée en termes de recherche sur les circuits courts de proximité.

alimentaires de proximité se sont souvent focalisées sur les systèmes présentant une alternative aux systèmes conventionnels de production-distribution-consommation, les SYAL ne présentent en général pas de rupture avec ces modèles, les marchés visés par ces systèmes se rapprochant des circuits de distribution classiques (grande distribution, épiceries, etc.).

L'approche en termes de relations de proximité, en revanche, présentait de plus fortes homologues structurales avec les systèmes étudiés, ceux-ci revendiquant à la fois un raccourcissement des distances spatiales et socioéconomiques entre producteurs et consommateurs, ces deux dimensions étant au cœur du modèle analytique de l'économie des proximités. En effet, le point commun entre ces travaux est l'analyse des différents types de proximité pesant sur la coordination des agents économiques localisés sur un territoire (Torre, Rallet, 2005)<sup>118</sup>. Dans ces travaux, la proximité géographique correspond à la distance séparant deux entités. Elle est relative, du fait de l'accessibilité des moyens de transport et des infrastructures de déplacement, du type de terrain et des moyens financiers à disposition des acteurs pour se déplacer. La proximité organisée « concerne les différentes manières qu'ont les acteurs d'être proches, en dehors de la relation géographique, le qualificatif "organisée" faisant référence au caractère agencé des activités humaines » (Torre, Beuret, 2012, p. 12). Cette proximité repose sur les logiques d'appartenance (à un même réseau, une même organisation, que ces relations soient directes ou intermédiées) et de similitude (faible distance cognitive entre les individus, adhésion à des schèmes de perception communs). Toutefois, ces deux dimensions sont intrinsèquement neutres du point de vue de l'action : pour être rendues efficaces d'un point de vue économique, les agents du territoire doivent s'en saisir et les activer.

Appliqué à l'analyse des circuits alimentaires de proximité, ce modèle présente des avantages évidents. Plusieurs travaux se sont ainsi appuyés dessus afin de fournir un cadre d'analyse opératoire pour décrire les caractéristiques structurantes des circuits alimentaires relocalisés. C. Praly et al. (2009 et 2014), par exemple, ont cherché à enrichir ce modèle en rajoutant aux deux principales dimensions de la proximité une troisième, qualifiée de « fonctionnelle », permettant d'activer les relations de proximité géographique pour permettre le bon acheminement du produit du producteur au consommateur, en passant par les éventuels

---

<sup>118</sup> Comme le rapportent Bouba-Olga et Grossetti (2008), ce modèle analytique a fortement muté dans le temps, passant par trois phases successives : une de foisonnement (multiplication des indicateurs et des dimensions de la proximité), une de resserrement (passage à trois – proximités spatiale, institutionnelle et organisée – puis à deux dimensions, celles que nous reprenons), une d'approfondissement (démarche verticale de décomposition successive des indicateurs de proximité organisée).

intermédiaires (dont la présence est souvent déterminante dans la mise en œuvre des circuits). Les auteurs définissent ainsi les circuits de proximité comme :

« un circuit de commercialisation qui mobilise les proximités géographique et organisée entre acteurs du système alimentaire en permettant ainsi une meilleure viabilité économique pour les producteurs. Ces proximités revêtent une dimension spatiale, visant un rapprochement géographique entre consommation et production ; elles s'appuient sur une dimension fonctionnelle, visant le bon acheminement du produit du producteur jusqu'aux consommateurs via les différents acteurs du système ; elles valorisent l'interconnaissance entre ces acteurs et permettent des échanges marchands économiquement viables pour les acteurs concernés. » (Praly et al., 2014, p. 463-464)

Dans une perspective similaire, L. Kebir et A. Torre (2013) ont cherché à proposer une typologie des « chaînes courtes d'offre alimentaire »<sup>119</sup> en fonction de la manière dont elles combinaient relations de proximité géographique et organisée. Ils distinguent ainsi les « chaînes avec des relations distendues » (circuits longs conventionnels, faible proximité géographique et organisée), les « chaînes d'offre locales caractérisées par des relations indirectes » (forte proximité géographique, faible proximité organisée entre producteurs et consommateurs), les « chaînes d'offre directe caractérisées par des relations distantes » (forte proximité organisée, faible proximité géographique) et les « chaînes d'offre localisées avec une relation directe » (fortes proximités géographique et organisée). Chacun de ces types de chaîne implique une organisation des relations d'échange spécifique (présence ou absence d'intermédiaires) et des dynamiques de qualification des produits. Sur ce dernier point, quelques remarques succinctes des auteurs sont à prendre en compte. En effet, les relations de proximité géographique entre les acteurs de ces chaînes sont particulièrement importantes pour rendre compte des dynamiques de qualification des produits, celles-ci pouvant représenter une opportunité en matière de différenciation des produits sur le marché :

« “the local” appears as the vehicle of some form of intrinsic quality that can be objectified, described and most of all marketed on the food market (freshness, trust, information, etc.). This “local” quality provides (or at least is expected to) competitiveness to food products and most of all to generic food products, such as carrots, cabbage and leeks whose production do not require the use of specific assets such as terroir, traditional and local know-how, etc. » (Kebir, Torre, 2013, p. 195)

---

<sup>119</sup> « Short supply food chains », traduit par nous (Kebir, Torre, 2013).

L'activation de relations de proximité géographique peut ainsi représenter une nouvelle source de différenciation pour les produits génériques, leur qualité étant appréciée par rapport aux avantages offerts par la proximité (fraîcheur, niveaux de maturité optimaux, etc.). A l'inverse, les formes de qualification par rapport à un terroir, une tradition, un mode de production, des savoir-faire locaux, etc., renvoient à des produits singularisés. Autrement dit, la relocalisation des systèmes de distribution ne va pas sans transformer et complexifier les dynamiques de qualification des produits agricoles, parmi lesquelles le « local » semble devenir une nouvelle manière de penser et définir la qualité de certains produits standards.

Pourtant, cette attention accordée au « local » comme nouvelle source de différenciation et de qualification des produits n'a occupé qu'une place mineure dans les travaux présentés plus haut. En effet, leur ambition première était de proposer un cadre analytique cohérent permettant de rendre compte des caractéristiques de ces modes de distribution centrés sur la relocalisation des échanges marchands. A ce compte-là, ils traitaient la préférence pour les produits locaux comme un allant-de-soi non problématique. La plupart du temps, le « local » mis en valeur dans ces travaux correspondait à un espace géographique plus ou moins délimité circonscrivant les relations marchandes étudiées, sans prise en compte de la manière dont cette institution était saisie par les acteurs des filières concernées et contribuait à redéfinir les propriétés de l'offre (Praly, Chazoule, 2013). Notre projet étant justement d'analyser l'institutionnalisation du « local » comme catégorie collective orientant les représentations et les stratégies des acteurs marchands, la sociologie de l'intermédiation marchande ouvre des perspectives particulièrement intéressantes de ce point de vue.

### **1.3. De l'analyse des proximités à l'institutionnalisation du « local » : l'apport de la sociologie de l'intermédiation marchande**

Rares sont en effet les travaux consacrés à ces systèmes qui envisagent leur impact sur la transformation des dynamiques de qualification des produits et la montée en puissance d'un nouveau registre de qualification, le local. L'absence de questionnements sur une dimension pourtant centrale de ces systèmes peut être expliquée par deux arguments complémentaires.

Premièrement, une grande partie de la littérature consacrée aux circuits alimentaires localisés s'est intéressée à des initiatives diverses cherchant à rompre avec les logiques instituées par les acteurs de l'aval. Qu'il s'agisse d'Amap, de boutiques de producteurs, de marchés fermiers, etc. producteurs et consommateurs semblaient toujours tenus par de fortes relations de proximité géographique, la préférence affichée des seconds pour ces produits

locaux étant expliquée par un réflexe qualifié de « localisme défensif »<sup>120</sup> caractérisant la sympathie qu'ils éprouvent à l'égard de la situation compliquée des premiers (Winter, 2000). En quelque sorte, dans ces systèmes correspondant à des « chaînes d'offre localisées avec une relation directe », le local n'est pas une dimension problématique puisqu'il est au cœur des logiques d'organisation qui les fondent. Deuxièmement, les systèmes étudiés dans ces travaux étaient souvent peu complexes d'un point de vue organisationnel, réduisant généralement le nombre d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs au maximum. Cet intérêt quasi exclusif pour les systèmes de vente directe localisés a ainsi contribué à mettre de côté les fonctions assumées par les intermédiaires marchands dans la relocalisation des systèmes de distribution, les rares travaux s'y intéressant ayant pourtant montré leur rôle clé dans ces processus (Alavoine Mornas, Camman, 1998 ; Praly, Chazoule, 2013).

A la suite des perspectives théoriques ouvertes par M. Granovetter (1985), beaucoup de ces travaux ont cherché à analyser l'encastrement des activités marchandes dans des réseaux interpersonnels et son impact sur la réduction de l'incertitude, voire l'institutionnalisation de relations de confiance entre producteurs et consommateurs quant à la qualité des produits échangés (Lamine, 2005 ; Bénézech, 2007 ; Vincq et al., 2010). En se focalisant sur l'encastrement des relations marchandes dans des réseaux interpersonnels foisonnant de relations chaudes et amicales, militantes, solidaires, etc. – en un mot, sociales, la sociologie économique a pu contribuer (dans un premier temps au moins) à organiser une pensée du « grand partage » dans lequel les circuits courts seraient « en totale opposition au monde froid, anonyme et d'une certaine violence des filières longues, largement incarné par leur principal débouché qu'est la grande surface » (Le Velly, Dubuisson-Quellier, 2008, p. 105).

Pourtant, la relocalisation des systèmes de distribution et d'approvisionnement ne concerne pas exclusivement des formes économiques en rupture avec les circuits de distribution conventionnels. Au contraire même, suite au succès médiatique et politique rencontré par ces systèmes, la quasi-totalité des distributeurs, qu'il s'agisse de grandes surfaces, de grossistes à service complet, de commerçants indépendants, de plateformes d'achat, etc. se réapproprient ces stratégies de relocalisation<sup>121</sup>. Autrement dit, en braquant

---

<sup>120</sup> « Defensive localism », traduit par nous.

<sup>121</sup> Cette formulation est d'ailleurs peut-être abusive et mérite d'être nuancée. Si le succès rencontré par certains formats de distribution tels que les Amap ont contribué à amener les enseignes de la grande distribution à imiter certains formats de vente (tels que la vente en paniers) et à réorienter leurs stratégies de communication autour de la valorisation des produits locaux, les approvisionnements locaux ne sont pas une nouveauté pour ces acteurs, particulièrement en ce qui concerne les produits du maraîchage, pour lesquels ils ont toujours cherché à s'approvisionner localement, eu égard à leur forte périssabilité et à l'importance accordée à la fraîcheur par les consommateurs.

leur focale sur les circuits locaux n'impliquant pas d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs, les chercheurs travaillant sur la relocalisation des systèmes alimentaires ont laissé de côté une grande partie des acteurs marchands impliqués par ces dynamiques. De fait, la manière dont ces acteurs se sont appropriés ces stratégies et cherchent aujourd'hui à valoriser auprès de leurs clients l'ancrage local des produits a encore fait l'objet de peu d'approfondissements dans la littérature consacrée à la relocalisation des circuits alimentaires.

D'un point de vue empirique, ces stratégies sont loin d'être marginales et pèsent, comme nous l'avons vu, sur le gouvernement du secteur et de la filière des fruits et légumes frais en particulier. Les intermédiaires, qu'il s'agisse de grossistes situés sur des créneaux de qualité ou de distributeurs cherchant à segmenter leur offre en proposant des produits locaux, sont des acteurs participant à ces dynamiques de relocalisation. Nous pensons donc que l'analyse de leurs stratégies de qualification des produits est centrale pour comprendre la manière dont le local s'impose aujourd'hui comme une valeur et une institution pour les acteurs de la filière. Pour étudier l'institutionnalisation de ces formes de qualification des fruits et légumes frais, nous mobiliserons un cadre d'analyse inspiré par les travaux relevant d'une sociologie de l'intermédiation marchande et des professionnels du marché.

Le projet de la sociologie de l'intermédiation marchande a été résumé par Cochoy (2012). Pour lui, cette sociologie vise à décrire « l'ensemble des éléments humains ou techniques qui s'intercalent entre l'offre et la demande pour les mettre en rapport mais qui, loin de jouer un rôle de courroie de transmission fidèle, neutre et passif entre l'une et l'autre, contribuent au contraire à les redéfinir, de même qu'elles modifient aussi la perception et / ou la nature même des objets échangés » (Cochoy, 2012, p. 29).

Cette sociologie cherche en effet à rendre compte de la manière dont les acteurs marchands contribuent à (re)définir les qualités des produits échangés. Cette redéfinition comportant une dimension stratégique et située, elle doit être considérée comme une médiation. La sociologie de l'intermédiation marchande invite ainsi à reconsidérer certains postulats classiques de la sociologie économique quant à la construction de la qualité des produits. Pour certains auteurs, la qualité n'apparaît plus comme le résultat des processus d'échange que les acteurs ont réussi à stabiliser, mais comme la cause de la nature des échanges. T. Debril, dans une série de publications consacrées aux recherches qu'il a menées sur la commercialisation des produits de la mer (Debril, 2000 ; 2005), montre ainsi la dimension politique de leurs dynamiques de qualification. Pour lui, la qualification est un

moyen par lequel les acteurs luttent pour le contrôle de la filière, en tentant d'imposer leurs propres principes d'évaluation de la qualité des produits à leurs interlocuteurs.

Dans la filière ostréicole par exemple, les distributeurs imposent aux producteurs des définitions de la qualité centrées sur le calibre des huîtres, leur forme et leurs modes de conditionnement. Face à cette emprise croissante de ces acteurs sur l'écoulement des huîtres, les producteurs ont cherché à stabiliser de nouvelles formes de coopération avec l'aval (en développant la vente directe pour s'affranchir de ces standards et mettre en marché des produits n'y correspondant pas) et entre eux (en développant des marques collectives ou des labels fondés sur des qualifications faisant une large place à la notion de terroir). Ces marques et labels, s'ils protègent efficacement une partie de la production de Marennes Oléron, sont cependant largement concurrencés par les actions symétriques développées par les distributeurs qui, de plus en plus, s'orientent vers la création de leurs propres filières de qualité, pour lesquelles les opérations de qualification portent sur les notions de traçabilité et d'origine (Debril, 2005)<sup>122</sup>.

Les travaux sur l'intermédiation marchande accordent donc une grande importance à une catégorie d'acteurs spécifique, les « professionnels du marché », que l'on peut définir comme « l'ensemble des personnes, des métiers et des dispositifs dont la tâche consiste à “travailler le marché”, à le construire, à l'animer, à l'organiser, à le gérer et à le maîtriser » (Cochoy, Dubuisson-Quellier, 2000, p. 359). Ils jouent ainsi le rôle de prescripteurs, assignant aux biens des fonctions, des qualités, des usages orientant les choix et les désirs des consommateurs et contribuent à institutionnaliser des représentations et des significations relatives aux produits qui pèsent à la fois sur les modes de production et les modes d'organisation entre l'ensemble des acteurs impliqués par leur mise en marché (Barrey et al., 2000). Ces approches contribuent à mettre en avant la dimension cognitive et instrumentale de la qualification des produits, en montrant comment certaines significations sont construites par eux, font sens pour les acteurs et sont soutenues par des dispositifs sociotechniques. Bref, mettre l'accent sur les formes d'intermédiation marchande et leur poids dans les dynamiques de qualification des produits offre une perspective intéressante pour rendre compte de l'émergence du « local » comme institution marchande de la filière des fruits et légumes frais.

---

<sup>122</sup> Pour une analyse similaire des dynamiques de qualification au sein d'une filière, voir aussi Dubuisson-Quellier (2003). Elle montre comment, dans la filière conchylicole, une nouvelle forme d'évaluation des produits, centrée sur leur qualité sanitaire, est venue remettre en cause les modes d'organisation institués par les acteurs et a contribué à servir les intérêts des distributeurs, forçant les producteurs à s'organiser collectivement pour faire valoir leurs propres logiques de qualification des produits.

Ces institutions sont qualifiées comme telles car elles régulent les activités marchandes en les circonscrivant à certains espaces, en proscrivant certains types d'échange ou les échanges de certains types de produits, en définissant des actions légitimes ou bien des comportements interdits, etc. Elles n'ont pas été nécessairement forgées dans la sphère marchande, mais peuvent l'avoir été par des acteurs agissant dans le champ politique ou du développement territorial, comme nous l'avons esquissé dans les chapitres précédents. Elles fonctionnent comme des catégories pratiques permettant aux acteurs de se situer et de se coordonner au sein de l'espace marchand (François, Dubuisson-Quellier, 2011). Elles ont une dimension normative, sont transposables dans l'espace et dans le temps, jouent un rôle de signal déterminant les choix des acteurs, ont un caractère *a priori*, ne relèvent pas de la catégorie de l'expérience (au contraire, elles la précèdent) et engagent des comportements intentionnels de la part des acteurs (l'institution est une raison de l'action). La sociologie économique de l'intermédiation marchande offre de ce point de vue des outils analytiques pertinents pour rendre compte du poids de cette institution sur les dynamiques de qualification marchande.

## **2. Le local, une nouvelle institution marchande au sein de la filière des fruits et légumes frais**

Nous chercherons dans cette section à montrer comment le local fournit aux acteurs de la filière des fruits et légumes frais de nouveaux cadres interprétatifs et normatifs – des repères – qui participent à la redéfinition des intérêts, des stratégies, à la construction sociale du marché. A partir de notre matériau empirique, nous commencerons par montrer comment ce registre de qualification fait aujourd'hui sens pour les acteurs de la filière, des producteurs aux consommateurs, en passant par les collectivités territoriales, les distributeurs et les organisations professionnelles – nous traiterons donc moins de la genèse de cette catégorie collective que de son inscription au sein de l'ordre institutionnel de la filière. Nous montrerons que ce qualificatif est aujourd'hui mobilisé par les acteurs pour rendre compte d'une partie des rapports institués entre eux, ainsi que de leurs préférences en situation d'arbitrage économique. Le local est également au principe de la redéfinition d'une partie de leurs stratégies de distribution ou d'approvisionnement et donc, d'une reconfiguration de leurs relations. Si ces éléments contribuent à fonder cette catégorie collective comme une institution marchande, nous chercherons enfin à montrer que l'institutionnalisation du local se traduit aussi, dans une certaine mesure, par de nouveaux principes de valorisation économique des fruits et légumes frais.

## **2.1. Le local, une nouvelle manière de se représenter une partie des enjeux de la filière**

Depuis maintenant une vingtaine d'années, les acteurs de la filière des fruits et légumes frais apparaissent de plus en plus concernés, quoiqu'à des niveaux différents, par la (re)localisation des systèmes de production-distribution-consommation. Un premier élément l'attestant est l'intégration, dans les enquêtes consommateurs réalisées par les instituts spécialisés travaillant pour la filière des fruits et légumes frais, de modalités de réponse destinées à évaluer l'importance des critères liés à l'origine dans l'évaluation de la qualité des fruits et légumes frais ou au moment de leur acte d'achat<sup>123</sup>. Autrement dit, les professionnels du marché de la filière, de par leur perception plus ou moins claire d'une réorientation des demandes des consommateurs, que celle-ci soit le fruit de leurs échanges avec d'autres professionnels du marché ou de leur expérience propre<sup>124</sup>, ont élargi la liste des critères permettant aux consommateurs de donner leur avis sur la qualité des produits.

Depuis les années 1990 en effet, la plupart des enquêtes sur la consommation des fruits et légumes frais intègrent des questions sur l'importance de l'origine dans les décisions d'achat. En 1997 par exemple, une étude du Ctifl sur le comportement des consommateurs de fruits et légumes frais montrait une réorientation des attentes quant à la consommation de ces produits : le prix était devenu le second critère d'achat, derrière la fraîcheur des produits, devant le désir de choisir soi-même ses produits, puis la demande de choix et de qualité des produits. L'origine des produits, quoique faible dans la décision d'achat, progressait depuis 1993 (Vernin, 1998), sans qu'une différenciation ne soit faite entre l'origine et la proximité dans la formulation de la question.

Les enquêtes CCAF 2007 et 2010 réalisées par le CREDOC ont, elles aussi, mis en avant l'importance et la progression de ce critère dans l'acte d'achat des fruits et légumes frais. En 2010, la région d'origine était le troisième critère d'achat de fruits (modalité citée par 25 % des enquêtés), derrière l'aspect (73 %) et le prix (59 %). Pour les légumes, ce critère était le quatrième (22 %), derrière l'aspect (67 %), le prix (56 %) et la variété (24 %). Depuis

---

<sup>123</sup> Toutefois, cette mention de l'origine et non de la proximité est ambivalente. Il est probable que dans le contexte actuel de « localisme défensif », l'origine puisse être associée à la proximité géographique par certains consommateurs, sans que nous puissions véritablement accéder au sens qu'ils mettent réellement derrière cette notion.

<sup>124</sup> Barrey et al. (2000) montrent ainsi que les packagers, les designers ou les merchandisers, pour penser les usages d'un produit ou la circulation des clients dans les rayons d'un magasin mobilisent des ressources objectivées et objectivantes, détachées de leur expérience personnelle (données clients, tests, questionnaires, etc.), mais puisent également dans leur expérience de consommateurs pour trancher entre plusieurs options, quand ces données objectivées leur font défaut ou sont jugées suffisamment peu pertinentes.

2007, le critère lié à l'origine est celui qui a le plus fortement progressé (+120 %), celui lié à l'aspect ayant diminué de 8 %, ceux liés au prix et à la variété ayant chacun progressé de 4 %. Autrement dit, bien que la prise en compte de l'origine dans les décisions d'achat demeure un critère secondaire, loin derrière le prix et l'aspect des produits, son importance s'est renforcée au cours des dernières années.

La prise en compte de l'origine des produits a elle aussi évolué, pour se centrer sur des éléments cherchant à faire apparaître l'importance de la proximité dans les comportements d'achats de fruits et légumes des consommateurs. Ainsi, en 2013, le baromètre de la consommation de fruits et légumes frais établi par le Ctifl (Cavard-Vibert, 2014) a intégré de nouveaux critères d'achat dans ceux proposés au panel de consommateurs, dont l'origine locale des produits. Celle-ci devient le quatrième critère cité par les consommateurs pour expliquer leur acte d'achat (46 %), loin derrière la fraîcheur des produits (82 %), leur qualité (70 %) et leur accessibilité en termes de prix (58 %), ce critère étant particulièrement important pour les consommateurs effectuant leurs courses sur des marchés couverts ou de plein-vent et dans les commerces spécialisés en fruits et légumes.

Par ailleurs, cette enquête intégrait de nouveaux éléments, tels que la sensibilité aux différentes composantes du rayon. L'origine régionale ou nationale des produits apparaissait comme le quatrième critère cité par les consommateurs pour décrire les aspects auxquels ils étaient sensibles dans un rayon de fruits et légumes, derrière la fraîcheur des produits, la propreté et l'assortiment. Cette enquête faisait également ressortir les pistes possibles d'amélioration du rayon fruits et légumes. Parmi elles, l'identification d'un espace proposant des produits locaux était la proposition de loin la plus citée, 84 % des enquêtés se déclarant « beaucoup » intéressés, loin devant l'affichage de conseils de dégustation (60 %) et la création d'un espace de produits premier prix (55 %). De même, les informations souhaitées dans le rayon par les consommateurs portaient très largement sur la mise en place d'une signalétique identifiant les produits français (48 %).

Au-delà des informations fournies par ces enquêtes sur l'émergence et la stabilisation d'une demande portant sur l'origine locale des produits, l'intégration de critères portant sur cette dimension de l'achat traduit aussi une réorientation des préoccupations de l'ensemble des acteurs de la filière des fruits et légumes frais, en particulier des *titulaires*, qui cherchent à mesurer son potentiel marchand. Autrement dit, c'est peut-être moins l'information produite par ces enquêtes, attestant par ailleurs de la montée en puissance du local comme critère de choix pour les consommateurs, que la tentative des acteurs de la filière de la prendre en

compte pour équiper leurs représentations « du » consommateur de fruits et légumes qui traduit la naissance d'une nouvelle institution orientant leurs représentations de la demande et leurs stratégies de valorisation des produits. L'institutionnalisation de la prise en compte de ce critère dans les enquêtes consommateurs traduit en effet le sentiment qu'ont les acteurs de la filière, et les distributeurs en particulier, vis-à-vis de la réorientation d'une partie des attentes des consommateurs. Cette perception implicite d'une réorientation de la demande en fruits et légumes a d'ailleurs été largement forgée dans leur expérience du marché, grâce aux contacts répétés avec les consommateurs :

*« C'est qu'il y a quelques années, le mouvement de proximité prenait un peu de dimension dans les différents réseaux, et souvent, nos clients grande distribution, via les centrales d'achat, se trouvaient un peu démunis ne sachant pas comment s'emparer de ça et comment communiquer ça [...]. » (OP8)*

La préférence accordée par les consommateurs aux produits locaux a donc été saisie par les acteurs de la filière comme une nouvelle manière de se représenter leurs attentes, bien qu'ils aient en même temps été relativement démunis en matière de stratégies leur permettant d'y répondre de manière structurée. Une croyance partagée s'est institutionnalisée autour de cette redéfinition des préférences des consommateurs, le goût pour le local s'additionnant ou, au contraire, s'opposant aux autres critères de différenciation des produits (notamment ceux portant sur leurs modes de production) :

*« Mais malgré tout, derrière, tous les clients que l'on a qui sont spécialisés en bio nous disent qu'aujourd'hui les gens veulent du bio, mais également du bio et local qui soit le plus... Oui, du bio et du local, des produits qui soient de proximité. » (P14)*

*« Donc en ce moment, les Français sont très sensibles au fait que ce soit produit en local. Et d'ailleurs, ils disent souvent "C'est local donc c'est bon" même si c'est du conventionnel, que le type a foutu quarante traitements sur les pommes, mais comme c'est local ils ont l'impression qu'ils sauvent une économie. Il y a ça de la part des clients en ce moment. » (GMS3)*

Comme le montrent ces extraits d'entretien, les professionnels du marché adhèrent à la croyance collective, nourrie par leur propre expérience et des données objectivées, selon laquelle les consommateurs différencient désormais les fruits et légumes en fonction de leur origine locale. Au-delà de la mise au jour de la réorientation de ces préférences, ils partagent également certaines croyances quant à la différenciation qualitative induite par l'origine locale

des produits : fraîcheur, limitation du transport, possibilité de négocier des niveaux de maturité et de qualité spécifiques (Sirieix et al., 2009)<sup>125</sup>. Autrement dit, le local fournit aux acteurs un cadre cognitif et normatif à partir duquel ils classent et hiérarchisent les produits :

*« Ah oui, comme je vous ai dit, dès que j'arrive à trouver des produits de la région, j'arrête d'acheter les produits d'ailleurs. J'essaie de prendre toujours que la région, Sud-ouest, Lot-et-Garonne. » (D7)*

*« La tomate de Marmande, c'est pas loin non plus. Je vais préférer travailler la tomate de Marmande que Savéol de Bretagne. Après, c'est un choix. » (GMS7)*

Comme les consommateurs, les distributeurs associent des valeurs positives aux produits locaux qui les incitent, en situation de choix, à les privilégier (sous réserve de certaines conditions, toutefois, comme nous le verrons ensuite). Le local fonctionne ainsi, au sein de la filière des fruits et légumes frais, comme une valeur à laquelle se rattachent les acteurs, et tout particulièrement les distributeurs et les consommateurs, pour « mettre en musique » leurs pratiques.

## **2.2. La valorisation du local, une réinstitutionnalisation des rapports institués de distribution**

Pour les acteurs de l'amont, la relocalisation des systèmes de commercialisation renvoie généralement à une réponse pragmatique à ce qu'ils perçoivent comme une réorientation des préférences des clients. Dans certains cas, ces dynamiques peuvent être politisées et construites comme servant « l'intérêt » des consommateurs :

*« Et en même temps, avec la SARL, on livre des lycées, des collectivités, autour de chez nous. On fait ça avec la SARL, mais ça a été mis en place au départ, pour proposer aux Néracais de manger de la fraise de Nérac et non pas de... Je trouvais logique que la maison de retraite de Nérac mange de la fraise de Nérac alors que jusqu'à présent ils avaient de la fraise qui venait de Sologne ou de... Donc vraiment ça a été mis en place pour ça. » (OP2)*

Les stratégies des producteurs les plus importants (les *managers*) ou des OP sont cependant peu concernées par l'institutionnalisation du local comme principe de différenciation des fruits et légumes, soit que leurs systèmes de distribution soient déjà

---

<sup>125</sup> Ceci dit, alors que la fraîcheur apparaît comme une propriété intrinsèque des produits locaux, la possibilité de bénéficier de niveaux de qualité spécifiques apparaît plutôt comme la conséquence d'une activation de formes de proximité relationnelle avec les producteurs, celle-ci étant toutefois facilitée par l'existence de relations de proximité géographique.

localisés (ce qui est relativement rare), soit que cette échelle soit peu adaptée à leurs stratégies commerciales, à la différence des stratégies des *entrepreneurs-paysans* ou des *entrepreneurs traditionnels fragilisés* dont beaucoup cherchent aujourd'hui à relocaliser une partie de leurs débouchés :

*« Comme j'ai 64 ans, j'ai arrêté la commercialisation que je faisais sur la grande distribution essentiellement, pour me focaliser sur la vente directe à la propriété, et travailler vraiment en circuits courts et très proches. [...] Pour faire de la vente directe, il faut aussi avoir des clients. Faut être dans une situation géographique... Bon je suis dans la banlieue sud de Bordeaux, avec autour, sur Villenave, on a déjà 35 000 habitants, donc... aujourd'hui, en plus, la vente à la propriété, les gens y sont de plus en plus sensibles. Avec les informations, chacun avec ses raisons, les gens ont envie d'avoir des produits qui voyagent moins, qui ont fait moins de transport, et moins de frigo. » (P2)*

Comme le montre cet extrait d'entretien, c'est le changement des orientations commerciales de l'entreprise (de la grande distribution vers la vente directe) qui a impliqué la relocalisation de ses systèmes de commercialisation (dont une partie fonctionnait par ailleurs déjà à cette échelle) plutôt que l'inverse. Autrement dit, si les entreprises de l'amont peuvent développer des stratégies de relocalisation de leurs débouchés, celles-ci s'accompagnent en général d'une évolution plus profonde de leurs systèmes de commercialisation impliquant une rupture avec certains schémas de distribution classiques, tels que les grossistes ou la vente aux centrales d'achat pour se centrer sur la vente directe aux consommateurs ou aux magasins.

Pour les distributeurs, les effets de l'institutionnalisation du local comme nouveau repère marchand pour les consommateurs sont plus ambigus. En effet, s'ils communiquent de plus en plus fortement sur cette dimension des produits, leurs stratégies d'approvisionnement demeurent finalement peu amendées par cette institution. Ceci ne veut pourtant pas dire que les acteurs de l'aval n'entretiennent pas de liens commerciaux avec des producteurs locaux. En effet, les grandes surfaces et les commerçants indépendants entretiennent souvent, et depuis longtemps, des relations (directes ou indirectes) avec les producteurs locaux (en particulier pour les produits les plus périssables comme la salade), sans qu'elles n'aient jusque-là été particulièrement mises en avant. Malgré tout, ces approvisionnements locaux représentent en général une faible part de l'offre proposée, ces acteurs ayant principalement recours à des grossistes ou des centrales d'achat qui leur permettent d'optimiser les systèmes de gestion des commandes en proposant une diversité de produits que les producteurs

individuels ont forcément plus de mal à avoir sur des volumes importants et réguliers. Un des problèmes auxquels ils sont confrontés, qui plus est, renvoie à l'indisponibilité saisonnière de certains produits :

*« Le local, ça va varier en fonction des périodes. Sur la période d'été, le local va représenter à peu près 20 à 25 % du global du rayon, sur la période d'hiver, on sera entre 10 et 15 %. » (GMS2)*

De plus, les possibilités de développement de ces approvisionnements sont limitées et dépendantes de l'existence d'un bassin de production important et diversifié. Si cela pose moins de problèmes dans certains départements ruraux comme le Lot-et-Garonne, en Gironde et à Bordeaux en revanche, la disparition des exploitations agricoles, leur taille et la réorientation de leurs systèmes de commercialisation vers des modes de vente sans intermédiaires limitent fortement la possibilité pour les distributeurs de s'approvisionner directement auprès d'eux :

*« Moi c'est un des premiers trucs que j'ai fait ici parce qu'on me l'avait demandé, c'est de trouver un maraîcher qui me ferait de la salade, un peu de poivrons, un peu de radis, mais vraiment d'ici, de Bordeaux. Et j'ai pas trouvé parce que ceux que je connaissais travaillaient déjà avec les magasins \*\*\* et ne pouvaient pas fournir plus. Parce que l'exploitation n'est pas assez grande. » (GMS6)*

Enfin, les distributeurs sont confrontés aux réticences des producteurs, dont certains (en particulier les *entrepreneurs-paysans*) refusent de travailler avec eux. Ce refus est expliqué par l'augmentation de la charge de travail, les coûts supplémentaires impliqués par la mise en culture de nouvelles productions pour répondre à ces demandes, la moindre valorisation économique des produits par rapport à ce qu'ils pourraient en attendre en les vendant directement aux consommateurs et le risque de dévalorisation qualitative des produits :

*« Et puis les producteurs locaux sont assez réticents à venir travailler avec nous. Ils ont peur de perdre leur clientèle de proximité. Moi j'ai fait la demande d'aller les chercher parce que j'ai la demande en magasin et je leur ai expliqué que le client qui vient chez moi, il viendra pas forcément chez lui, parce que quand vous allez dans un magasin de fruits et légumes vous allez tout trouver : l'ail, l'oignon, le champignon, le céleri rave, le céleri blanc... Le producteur, on est bien conscient qu'il peut pas tout faire ou pas en quantité pour l'offrir... Mais je pense qu'ils ont peur qu'on dévalorise leur produit par rapport à ce qui vient de l'étranger justement. » (D8)*

Tous ces éléments (existence antérieure de relations d'approvisionnement direct avec les fournisseurs locaux, rareté de l'offre locale et réticence des producteurs à s'engager de manière pérenne avec des distributeurs) représentent autant de limites pour les distributeurs cherchant à relocaliser leurs approvisionnements. Pourtant, à la fin des années 2000, de nombreuses entreprises spécialisées dans la distribution de produits alimentaires se sont créées, plaçant au cœur de leur stratégie commerciale l'ambition de proposer aux consommateurs des produits locaux issus de circuits courts, mais qui, en réalité, allient des approvisionnements de proximité, en direct des producteurs, avec des systèmes plus conventionnels passant par les marchés de gros, qui représentent souvent la part la plus importante de l'offre de ces entreprises. En dépit de leurs stratégies de communication axées sur la valorisation de la proximité, ces entreprises reprennent souvent les logiques institutionnalisées par les *titulaires* du commerce des fruits et légumes frais. C'est notamment le cas de cet entrepreneur qui communique sur le fait de faire travailler des commerçants et des producteurs locaux, mais qui, en pratique, n'hésite pas à s'approvisionner en produits étrangers via certains grossistes de réseaux, les producteurs ne représentant souvent qu'une filière d'appoint, plus ou moins ponctuelle, dont l'intérêt réside dans la plus-value qualitative vis-à-vis des produits des grossistes :

*« Mais [le producteur] je l'accompagne parce que son produit est bon. C\*\*\* je le prends parce que ses fraises sont bonnes. D\*\*\* je le prends parce que... D\*\*\* me permet d'avoir des salades tout au long de l'année, les salades c'est par colis de douze chez le producteur. Les salades j'en commande 5, j'en ai 5. Et il les taille la veille. Je lui téléphone l'après-midi, et hop il me met de côté mes 5 salades. Donc côté fraîcheur c'est la salade de la veille. [...] L'avantage de travailler avec les grossistes c'est déjà que vous réduisez vos factures. Vous limitez votre coût administratif et votre coût de paiement. Autre avantage, vous avez des professionnels. Vous avez bâti des liens, vous... Ce sont de vrais professionnels. Autre avantage pour moi, c'est que ça me permet d'offrir la pluralité sur mon site. C'est un choix que je fais et qui est très différent des autres. J'offre de tout et sans complexe. C'est-à-dire que cet hiver, quand la France n'aura plus de tomates, je fournirai quand même de la tomate. Ce sera de la tomate marocaine, mais j'essaierai d'avoir de la bonne tomate marocaine. » (D6)*

Malgré l'importance acquise par la valorisation des produits locaux dans leurs stratégies de construction de l'offre, la plupart des entreprises vendant des fruits et légumes frais, indépendantes ou affiliées à une enseigne de la grande distribution, revendiquant ou non un

positionnement « alternatif » sur le marché, gèrent leurs approvisionnements plus ou moins de la même manière. Les apports des producteurs locaux occupent une position relativement confidentielle en termes de volumes, mais sont au cœur des stratégies de communication. Celles-ci mobilisent un ensemble de supports variés, des plus frustes et *ad hoc* aux plus institutionnalisés<sup>126</sup>. Ainsi, ces stratégies de communication peuvent ne reposer que sur des mentions complémentaires identifiant, en plus de la mention réglementaire précisant le pays d'origine du produit, un lieu de production plus précis (une région, un département, un village), cette spécification permettant de suppléer l'absence des informations sur la provenance du produit, notamment pour les produits vrac :

*« On a tout plein de petites affichettes : “Produit ici”, “C’est local”. Maintenant quand c’est des produits emballés, on a des drapeaux français, et souvent c’est bien spécifié que c’est produit dans la région, ou il y a une carte de la France avec un gros point “C’est ici”. Et si ça l’est pas, parce que des fois... moi je le marque. Sur l’origine, je mets France, mais je mets aussi Landes, Aquitaine, Dordogne, Lot-et-Garonne, Gironde. Je spécifie à chaque fois. » (GMS7)*

Comme le montre cet extrait d'entretien, les chaînes de distributeurs et certains acteurs de l'amont intègrent aujourd'hui dans leurs stratégies de communication des éléments permettant de mettre en lumière, au sein de l'espace de vente, la proximité géographique entre un fournisseur et le magasin. Pour ne citer que cet exemple, le groupe Leclerc a mis en place un dispositif de confiance (Karpik, 2007) déclinable dans chaque magasin afin d'identifier les « producteurs-commerçants locaux » partenaires du magasin. Si ces dispositifs sont institutionnalisés au niveau de la stratégie d'enseigne, localement, les magasins peuvent mettre en place des dispositifs d'information permettant d'identifier visuellement un producteur local, ou de le mettre en récit, en accolant à côté des produits une affichette décrivant son exploitation, ses motivations, etc. :

*« Au \*\*\* Saint-Médard, par exemple, quand vous êtes au niveau des caisses, au-dessus, vous avez de grands panneaux des producteurs locaux avec qui ils travaillent. Que ce soit un fromager, un boucher, un producteur de fruits et légumes. C\*\*\* y est par exemple. Moi je trouve que c'est une bonne idée, il faut... Parce que c'est bien de faire ça, de travailler avec un producteur local, mais c'est bien de le dire aussi, parce qu'on*

---

<sup>126</sup> Bien que nous n'ayons pas réalisé une véritable analyse mobilisant les outils de la sociologie visuelle, une telle entrée pourrait se révéler tout à fait heuristique, et devrait, à ce titre, faire l'objet d'une recherche spécifique.

*fait du commerce. On le disait tout à l'heure et si ça peut nous apporter un plus... »*  
(GMS6)

Chez les commerçants indépendants en revanche, ces stratégies d'identification des fruits et légumes (et des producteurs) locaux demeurent relativement confidentielles, ou en tout cas faiblement institutionnalisées par le recours à des dispositifs sociotechniques normalisés, ces acteurs ne disposant pas des mêmes ressources communicationnelles que les enseignes de la grande distribution :

*« Moi je le communique pas trop, c'est un tort, je devrais le communiquer beaucoup plus. Donc là, je suis en train de voir, justement, pour le faire savoir. Mais oui, c'est important de le spécifier, de spécifier comme quoi on travaille beaucoup avec la production locale. Ça sensibilise beaucoup la clientèle. Le client, quand il voit un produit local, il est beaucoup plus tenté de vouloir le prendre qu'un produit venant d'ailleurs. »* (D3)

Finalement, l'examen de la gestion pratique des systèmes d'approvisionnement des distributeurs montre que l'émergence et la stabilisation de l'institution marchande « locale » se traduit moins par une désinstitutionnalisation des rapports d'approvisionnement et de distribution que par une exacerbation de la communication autour de ces stratégies. Le local comme institution marchande n'implique-t-il alors qu'une évolution de ces stratégies de communication, ou se traduit-il malgré tout par l'institutionnalisation de nouvelles relations d'échange entre l'amont et l'aval de la filière, qui, si elles ne déstabilisent pas les rapports d'approvisionnement et de distribution, prennent un sens nouveau pour les acteurs ?

### **2.3. Le local, une institution engageant des relations d'échange pérennes ?**

Une des caractéristiques d'une institution marchande est, au-delà de proposer aux acteurs un cadre cognitif et normatif partagé, de reconfigurer les relations qui les tiennent (François, 2011). La relocalisation des relations marchandes au sein de la filière des fruits et légumes frais est ainsi saisie par les acteurs comme une manière de réinstitutionnaliser les rapports de distribution, présentés comme plus pérennes. Si l'institutionnalisation du local comme repère cognitif partagé par les acteurs marchands de la filière des fruits et légumes frais ne se traduit pas spécialement par une plus grande part de produits locaux dans les rayons des magasins ou sur les étals des commerçants, c'est la nature des relations entre eux et les producteurs qui semble transformée.

Comme nous l'avons montré plus haut en effet, les rapports institués de distribution de la filière sont cadrés par des institutions valorisant la flexibilité des engagements marchands des distributeurs et des producteurs. Pourtant, certains distributeurs sélectionnent leurs producteurs en fonction de leur appartenance locale, et leurs grossistes sur la base des liens qu'ils entretiennent avec la production locale. L'importance de ce principe de sélection des fournisseurs implique que les distributeurs ne travaillent qu'avec eux, sans chercher à les mettre en concurrence avec d'autres proposant des produits extra-locaux. Ceci apparaît de manière particulièrement visible sur les marchés de gré-à-gré, renvoyant traditionnellement à des rapports marchands caractérisés par leur opportunisme et leur révocabilité :

*« J'ai un grossiste qui me fait du légume et qui ne travaille, la plupart du temps, qu'avec des producteurs locaux. Je sais que c'est de la production locale, donc je vais chez lui tout le temps. J'en ai un autre qui fait aussi du légume, qui fait du concombre de Bordeaux, et bien je fais uniquement du concombre chez lui. Parce que je sais qu'il fait du concombre de Bordeaux. Par contre, il fait des salades qui ne sont pas de Bordeaux, mais de Perpignan, donc je prends le concombre chez lui et je vais chez l'autre grossiste qui fait les salades de producteurs locaux, mais ma priorité c'est la production locale. » (D3)*

Ce commerçant sélectionne donc certains de ses grossistes en fonction de leur capacité à lui proposer de manière régulière certains produits locaux, comme la salade ou le concombre, raison pour laquelle il ne travaille qu'avec eux sur ces produits quand il n'arrive pas à les trouver directement chez les producteurs. Les relations d'échange marchand de produits locaux peuvent ainsi, dans une certaine mesure, être marquées par une relation d'exclusivité et de pérennité, du fait de leur répétition temporelle. Ceci dit, la recherche de produits locaux ne se traduit pas toujours par l'exclusion systématique d'autres types d'approvisionnements, issus de bassins de production plus éloignés. De ce point de vue, les distributeurs entretiennent à l'égard de la production locale des rapports stratégiques pouvant se traduire par une interruption temporaire des relations commerciales avec les producteurs locaux, en fonction des opportunités commerciales qui se présentent à eux :

*« Il n'y a pas de produits uniquement centrale, des produits uniquement... Pour les produits fournisseurs, si. S\*\*\* [un producteur local] ne me fait que du kiwi, il ne me fait que du kiwi, point barre. Mais ça n'empêche pas que si j'ai une opération commerciale sur du kiwi par le catalogue ou un autre producteur, ce qui était le cas il y a deux semaines, je l'appelle et je lui dis "Cette semaine je prendrai pas de kiwi chez*

*vous parce que j'ai une opération". Et il comprend tout à fait, et il cherche pas à s'aligner, parce que souvent il peut pas. » (GMS6)*

Finalement, si l'institutionnalisation du local comme critère de différenciation peut se traduire par la stabilisation de relations commerciales privilégiées entre acteurs de l'amont et de l'aval, ces relations demeurent malgré tout révocables en fonction des opportunités commerciales qui s'offrent aux distributeurs (et dans une moindre mesure aux producteurs). Ceci dit, malgré une certaine versatilité des distributeurs à l'égard de leurs fournisseurs locaux (du fait notamment de la pluralité de leurs logiques d'achat et de l'importance des stratégies de concurrence par les prix), le local comme institution marchande se traduit par la revendication d'une préoccupation croissante<sup>127</sup> des premiers vis-à-vis des seconds. Les distributeurs déclarent ainsi mettre en œuvre des relations plus partenariales avec leurs fournisseurs, dans l'optique de les aider à se maintenir, voire à se développer :

*« Comme je l'ai dit en préambule, on est là pour durer et on veut que la production dure, donc il faut qu'on travaille ensemble. C'est fini l'époque où on disait "Non, toi ton prix ça va pas, je vais acheter ailleurs". Mais non, ça c'est fini. Alors bon, de temps en temps, il y a un peu de ça, on va pas se voiler la face, il y a toujours de la négociation qui intervient, mais c'est beaucoup plus en construction. » (GMS1)*

De la même manière, les producteurs peuvent essayer de renforcer les liens qui les unissent aux distributeurs locaux, du fait de l'appartenance à un même territoire, comme l'explique l'un d'entre eux. Dans cet extrait, ces stratégies d'encastrement des relations d'échange dans un réseau interpersonnel localisé sont présentées comme renvoyant à « autre chose » qu'un simple calcul économique :

*« Mais on essaie justement, parce que c'est en local, on essaie de les bichonner. C'est plus facile ici à proximité que... Mais bon, que dire... La consommation locale, par rapport à la consommation nationale, est tellement faible, que ça reste une proportion faible de nos ventes. On les bichonne parce que c'est du local, qu'on est à proximité, parce que... parce que voilà, parce qu'il y a peut-être un peu de chauvinisme, mais voilà, on ne vivrait pas que de... la dimension de notre entreprise ne permettrait pas de vendre qu'en local. » (P19)*

---

<sup>127</sup> Dans la littérature anglo-saxonne, cette préoccupation renvoie à la notion de *regard*, c'est-à-dire aux motivations d'échange qui ne sont pas purement commerciales mais soutenues par des relations interpersonnelles qui ajoutent dans l'échange autre chose que le simple calcul économique (Kirwan, 2004).

Le « chauvinisme » dont parle ce producteur renvoie d'assez près au « localisme défensif » décrit par M. Winter (2000). Mais si, cette notion, chez M. Winter, sert avant tout à décrire les préoccupations des consommateurs, on voit ici aussi qu'elle peut décrire la position des producteurs à l'égard des consommateurs (comme dans le cas de la fraise de Nérac présenté plus haut) et des distributeurs. La préoccupation croissante de ces derniers vis-à-vis des fournisseurs locaux et du risque de disparition qui les menace se traduit en pratique par l'institutionnalisation de « partenariats » locaux visant à pérenniser les relations d'échange entre un magasin (ou une enseigne) et un producteur ou une OP. La loi de modernisation agricole de 2010 imposant aux distributeurs de proposer à leurs fournisseurs des contrats, bien qu'elle ne soit pas respectée par une partie des acteurs (les plus petits), fournit aux acteurs de l'amont agricole un dispositif favorisant l'institutionnalisation de ces relations partenariales dans la durée.

Ces partenariats peuvent être de deux types. Il peut s'agir d'ententes ponctuelles, liées à des événements climatiques ou météorologiques. Ce type de partenariat est donc mobilisé en cas de crises de surproduction, dont les effets sont potentiellement très dangereux pour les producteurs du point de vue de la volatilité des prix qu'elle engendre. Dans cette situation, les magasins ou les centrales d'achat peuvent ainsi aider les producteurs locaux à écouler les volumes qu'ils ont « en trop » en proposant des opérations promotionnelles. Ce type de partenariat est généralement apprécié par les producteurs qui reconnaissent l'intérêt pour eux de ces « coups de main », notamment de la part de la grande distribution, la baisse des prix étant alors compensée par les volumes placés. Cependant, ce type de partenariat ne repose pas sur un contrat, et il est très largement dépendant des relations qui se nouent entre un producteur ou une OP et un chef de rayon ou un acheteur et de la visibilité que ces derniers peuvent avoir sur les évolutions climatiques ou météorologiques qui risqueraient de déstabiliser les producteurs :

*« Après, les fournisseurs locaux, souvent je les appelle. Ou souvent, c'est eux qui me proposent. Ils ont un excédent de production. L'exemple de C\*\*\* est assez parlant, parce que comme c'est un regroupement de producteurs, un producteur peut dire qu'il a un peu trop de pommes à tel moment, "fais les moi partir sur un week-end". Et en avant, on fait une promo. » (GMS6)*

Dans le même ordre d'idée, les distributeurs peuvent faire appel à leurs fournisseurs locaux pour mettre en place des opérations ponctuelles de mise en avant de certains produits. Auquel cas, comme le présente ce chef de rayon, l'existence de liens commerciaux antérieurs

et d'une relation de confiance facilite le travail des deux parties dans la négociation du choix des produits et des tarifs (cet acteur minimisant d'ailleurs le poids de la négociation sur les prix dans ce type d'opérations) :

*Ou c'est moi qui sollicite : "J'ai envie de mettre ça en avant" ou si j'ai une allée centrale, le plan des allées centrales on l'a longtemps en avance, donc je sais que telle semaine j'ai une allée centrale, et je peux l'appeler et je lui demande ce qu'il peut me faire pour l'allée centrale. Soit j'ai une idée et je lui dis "J'aimerais ça, qu'est-ce que tu peux me faire en tarifs ?". Soit, carrément, je lui laisse la main et je lui demande ce qu'il peut me faire en produits et en tarifs. Et en général, je lui demande même pas le tarif. Je lui demande "Qu'est-ce que tu me proposes comme produits ?". Il me propose un produit, et en plus il me dit "Je te fais tel tarif". Parce qu'ils savent... C'est des professionnels que l'on connaît. » (GMS6)*

Au-delà de ces relations d'entraide ponctuelles, la proximité géographique entre producteurs et distributeurs peut se traduire par l'institutionnalisation de relations partenariales s'établissant dans la durée et stabilisées par un contrat, autour notamment d'opérations de planification des mises en culture des producteurs, celles-ci ayant avant tout une dimension fonctionnelle du point de vue des magasins, de manière à étaler les arrivées de produits dans ces rayons afin d'éviter un engorgement du marché à certains moments et des manques à d'autres :

*« Parce qu'à petite échelle d'un magasin dans une région qui travaille par exemple avec cinq-six maraîchers, si personne se voit ils vont tous faire de la tomate ronde, de la courgette et tous au même moment, parce que dans une région la météo est la même pour tout le monde, et en plus dans \*\*\* on n'a pas de produits de serres chauffées, donc typiquement on a tout en même temps. Si le magasin n'a pas rencontré ses producteurs, il va se retrouver avec un apport de marchandise qu'il ne va pas être en capacité d'écouler puisque tout va arriver en même temps. Donc c'est vraiment important, on insiste beaucoup sur la planification et la répartition des produits aussi. Tout le monde ne va pas faire de la courgette, non. Il y a besoin de produits plus difficiles, qui prennent plus de temps, qui coûtent plus cher à produire, mais il y a aussi besoin de ceux-là. Il n'y a pas d'obligation, mais c'est un message qu'on fait passer. » (GMS3)*

Dans cet exemple, qui concerne une chaîne de magasins biologiques, les magasins et les salariés chargés du rapprochement entre les magasins et les fournisseurs incitent les producteurs à tenir compte des besoins des premiers dans leurs stratégies de mise en culture.

Toutefois, ces incitations n'ont aucun caractère contraignant, même si l'on peut légitimement penser qu'une transgression trop ouverte ou fréquente de ces incitations peut se traduire par des sanctions : commandes moins importantes, plus ponctuelles, voire déréférencement (Barrey et al., 2000). Dans d'autres cas, ces relations contractuelles peuvent avoir un caractère beaucoup plus contraignant, et en cela, se rapprocher de relations de sous-traitance classiques dans lesquelles la fonction de production ne serait finalement qu'un prolongement de l'entreprise de distribution.

Cette évolution marque un tournant fort dans la réinstitutionnalisation des rapports de distribution de la filière, en ce qu'elle consacrerait en définitive le poids des distributeurs dans la définition et l'orientation des stratégies des producteurs. Les distributeurs indépendants, eux, ont en revanche plus de difficultés à institutionnaliser ce type de stratégies de rapprochement vis-à-vis des acteurs de l'amont autour d'opérations de planification de mises en culture, même si certaines entreprises ont justement cherché à développer ces stratégies de planification des mises en culture. Ces partenariats entre producteurs et distributeurs peuvent se traduire par le développement de lignes de produits spécifiques, traditionnellement achetés par les seconds dans des espaces géographiques plus éloignés ou peu produites localement. C'est ce qu'explique ce responsable de plateforme logistique d'une enseigne nationale de la grande distribution à propos du développement d'une ligne de production régionale de patate douce, traditionnellement achetée à des producteurs étrangers :

*« Par définition la patate douce on l'achète en Israël, aux Etats-Unis, on l'achète en Afrique. C'était plutôt ça. Et j'ai découvert qu'il y en avait un qui produisait dans le Val de Loire. Donc je me suis dit "Tiens, c'est étonnant ça". Et j'ai discuté avec des producteurs d'ici qui m'ont dit "Ben ouais, nous aussi on en fait, mais on n'en fait pas beaucoup, on en fait 20 tonnes". Et je leur ai demandé "Vous êtes capables d'en faire 100 tonnes ?". "Il suffit qu'on sache et on s'équipe, on va regarder pour mécaniser, mais combien vous achetez ?". Je leur dis "Moi aujourd'hui, j'achète 80 centimes", "Ah, moi je la vends aujourd'hui 1 euro 20". Donc je lui dis "Ben écoutez, je pense qu'on n'arrivera pas à s'entendre sur ce prix-là". Donc il me dit "Laissez-moi un peu de temps, que je regarde ce que je suis capable de faire, si je peux mécaniser, simplifier, je peux peut-être arriver à votre prix". Il me rappelle une semaine après et il me dit "Ecoutez, on se met d'accord et à 80 je vous le fais". J'ai pas demandé 80, c'est lui qui est allé, je l'ai pas forcé non plus, c'est un nouveau, je peux pas l'obliger, le gars va pas avoir confiance en moi. » (GMS1)*

Comme le montre aussi cet extrait d'entretien, la proximité géographique entre producteurs et distributeurs ne se traduit pas forcément par une revalorisation économique du produit, les cours locaux s'alignant plutôt sur les cours nationaux ou internationaux. Pourtant, comme cela nous a été signalé par certains acteurs, producteurs et distributeurs, la recherche de produits locaux par les seconds peut se traduire par de nouvelles « économies morales » encadrant la formation des prix des produits. En effet, eu égard à leur rareté ou à la possibilité de mettre en place une stratégie marketing valorisant l'engagement vis-à-vis des agriculteurs locaux, certains distributeurs consentent à payer un supplément pour obtenir ces produits dans leurs rayons, ou simplement fidéliser un producteur local, ce supplément étant généralement faible par rapport au cours « normal » :

*« Entre 5 et 10 % d'écart, on prend dans le local, c'est pas grave. Soit on rogne un peu sur la marge, soit on peut le jouer par du marketing ou autre. Mais dès qu'il y a une différence conséquente entre un prix à l'international et un prix local, c'est le prix, malgré tout, qui fait la différence sur le produit qu'on fait. Ou alors après il faut être sur des produits sur lesquels on est vraiment capable de se différencier, comme le champignon par exemple, où aujourd'hui toutes les semaines, je mets entre 5 et 10 % de plus sur le prix, et je sais que le client me suit quand même. » (P14)*

De manière générale, les chefs de rayon fruits et légumes des grandes surfaces ou les commerçants indépendants déclarent être moins regardants vis-à-vis du prix des produits locaux, par rapport au prix d'autres fruits et légumes, qu'ils consentent à payer un peu plus cher que ce qu'ils pourraient accepter pour d'autres produits (à condition toutefois qu'ils n'aient pas, au même moment, d'opérations promotionnelles prévues) :

*« S'il estime que son produit vaut ça, vaut tel prix, c'est une relation de confiance. A la base, c'est une relation de confiance, pour moi, dans ma façon de travailler avec lui. Lui, il me fait confiance en se disant "ce gars va mettre en avant mes produits, il va jouer le jeu avec moi, et sur ma saison il va m'en commander". Donc moi, d'un autre côté, je lui fais confiance. S'il me dit que le prix c'est tel prix, je pense qu'il a calculé pour pouvoir gagner correctement sa vie, payer tout le monde et tout ça. Donc je... Personnellement, je discute pas ce genre de choses. Je peux ponctuellement lui dire qu'on a une promo et que j'aimerais la faire avec lui. Mais s'il me dit non, il me dit non, hein. Je l'oblige pas en lui disant "Je te prendrai plus rien, terminé, je travaillerai plus avec toi". C'est pas le cas, je préfère travailler en bonne intelligence. » (GMS6)*

Dans certains cas, cette relation de confiance peut se traduire par un affranchissement de la formation des prix vis-à-vis des cours du marché et par l'institutionnalisation d'un prix lissé sur la saison, permettant aux distributeurs de se dégager de l'obligation de suivre les cours quotidiennement, tout en assurant des repères stables pour les consommateurs en situation d'achat :

*« On fixe un prix à l'année. On ne s'embête pas avec les cours entre nous. Ça ne sert à rien. On sait combien il nous faut chaque année pour produire, on fixe un prix plancher, avec une petite marge quand même qui s'applique et à partir de là, on fixe un prix à l'année. Quand le colis de salades est chez les grossistes à 12-15 euros, chez moi il restera toujours à 6 euros. Mais que ce soit hiver comme été, ce sera pareil. » (D4)*

Malgré tout, ce principe de formation des prix, détaché des cours et des évolutions saisonnières de disponibilité des produits demeure assez faiblement répandu parmi les acteurs marchands de la filière, même s'il trouve un terreau particulièrement favorable dans les relations de proximité géographique.

Un dernier élément qui mérite d'être souligné par rapport à l'impact du local comme institution marchande dans la reconfiguration des relations entre producteurs et distributeurs renvoie à la possibilité pour les premiers de nouer des relations privilégiées avec certains magasins qui leur permettent de tester de nouveaux produits, packaging ou assortiments en situation réelle auprès de clients :

*« Après quand le courant passe bien, ce qui est le cas avec [ce fournisseur local], ils peuvent être amenés à nous proposer un produit nouveau. Et ça j'aime bien, ils jouent le jeu, ils font un prix un peu décalé, nous on joue le jeu, on le met en avant, et puis on voit si ça marche. Des fois ça marche, des fois ça marche pas du tout. Je peux vous donner des exemples. \*\*\* avait lancé les Croq'radis. Donc c'est des petits radis ronds en sachet, mais qui se mettent pas en quatrième gamme. Le quatrième gamme c'est la salade en poche. Le radis, ça se mettait au frais tout le temps. Et eux ont sorti un sachet qui se met pas au frais. Ensuite il est venu me proposer ça, et on a réfléchi à où on pourrait le mettre : est-ce qu'on le met avec les crudités actuelles ou est-ce qu'on le met avec les tomates cerise ? Parce que les gens quand ils vont faire l'apéro, ils prennent les tomates cerise, s'ils voient les radis à côté... pourquoi pas. Donc ils avaient fait les radis ronds et les mini-carottes. Donc on a testé aux deux endroits, on s'est aperçu qu'avec les tomates cerise, ça marchait dix fois mieux qu'avec les radis classiques,*

*c'était un achat d'impulsion. Et du coup, c'est un produit qui a marché, qu'ils ont développé, et qu'ils proposent donc maintenant régulièrement. » (GMS6)*

En l'occurrence, ce producteur a pu activer l'existence d'une relation de proximité géographique avec un distributeur avec qui « le courant passe bien » pour tester un nouveau conditionnement de produit et faire des essais de merchandising au sein de l'espace de vente du magasin, l'enjeu consistant à placer le produit au sein du « bon » rayon pour appeler un acte d'achat spécifique, ici, un achat d'impulsion. Depuis, ce produit et ce packaging ont été généralisés et sont commercialisés dans d'autres magasins, la relation de proximité géographique et l'institutionnalisation de relations privilégiées avec un magasin ayant permis une forme d'incubation de ce projet de positionnement marketing d'un nouveau produit.

En conclusion, nous avons pu montrer dans cette section que le local fonctionnait bien comme une institution marchande au sein de la filière des fruits et légumes frais. Les acteurs de la filière s'accordent en effet à reconnaître une importance à ce repère en termes de différenciation des produits. L'institutionnalisation de ce repère collectif se traduit par une évolution des stratégies marketing des distributeurs. En effet, si leurs pratiques d'approvisionnement demeurent finalement peu impactées par l'émergence de cette institution marchande, du fait d'une irrégularité de l'offre disponible localement (en quantités, en diversité, en fonction des périodes de l'année), ils se saisissent du local comme d'un nouveau critère de différenciation des fruits et légumes entre eux et cherchent à stabiliser ces dynamiques de qualification auprès des consommateurs. En outre, cette nouvelle institution se traduit par une reconfiguration des relations entre l'amont et l'aval de la filière. La réorientation des préférences des distributeurs vers les produits locaux, couplée à la rareté ou l'irrégularité de ceux-ci, les incite à stabiliser des relations d'échange pérennes et à construire des partenariats avec leurs fournisseurs pour sécuriser leurs approvisionnements. Ces partenariats peuvent aller, dans certains cas, jusqu'à des formes de sous-traitance dans lesquelles les choix productifs des agriculteurs sont déterminés par les distributeurs.

Toutefois, si les distributeurs déclarent attacher plus d'importance à ces relations et à la valorisation des fruits et légumes locaux (cette préoccupation pouvant les inciter à réviser certaines procédures de négociation voire à se montrer plus « coulants » avec leurs fournisseurs en matière de prix), ces produits échappent-ils aux procédures dominantes d'évaluation de la qualité de la filière ? Dans quelle mesure cette institution fait-elle évoluer les dynamiques de qualification des fruits et légumes frais ?

### 3. Le local, une nouvelle dynamique de qualification des fruits et légumes frais ?

La mise en avant de la stabilisation du local comme institution marchande fournit un nouvel éclairage sur une question jusqu'ici peu étudiée par la sociologie économique contemporaine et les travaux cherchant à appréhender la distribution des produits alimentaires. Cependant, il ne dit pour l'instant pas grand-chose sur la manière dont ce registre d'évaluation est saisi par les acteurs marchands comme un signe de qualité des fruits et légumes, ni sur comment il influence leurs dynamiques de qualification. Pour répondre à ce double point aveugle (le local comme critère de qualité et comme dynamique de qualification instituée), nous proposerons dans un premier temps d'étudier la manière dont les acteurs marchands de la filière définissent la qualité des produits.

Quels sont les repères qui participent à la définition d'un produit de qualité pour eux ? Qu'est-ce qui fonde pour eux le « bon » produit ? En partant des travaux sociologiques sur l'évaluation<sup>128</sup>, nous chercherons à montrer que la qualité des fruits et légumes frais met en jeu une pluralité de *registres d'évaluation* (Heuts, Mol, 2013) qui se combinent différemment, en fonction des acteurs qui évaluent les produits et leur qualité, sans que ces évaluations ne soient réductibles à leur place au sein de la chaîne de distribution ou à leur statut. De ce point de vue, si le local peut contribuer à fournir des indices sur la qualité que l'on peut attendre de tel fruit ou tel légume, il ne contribue pas, en général, à définir leur qualité, celle-ci étant appréciée à partir d'autres registres d'évaluation.

Nous montrerons ensuite que, s'il ne contribue pas à définir la qualité intrinsèque des fruits et légumes, le local est pourtant intégré aux procédures d'évaluation des professionnels du marché à la recherche du « bon » produit. Ce registre d'évaluation est en effet intégré aux dynamiques de qualification des fruits et légumes frais, qu'il tend en retour à complexifier : un fruit ou un légume, de ce point de vue, peut être bon et local, cher et bon, local et peu cher, etc. L'enjeu sera donc de comprendre comment s'articulent en pratique ces différents registres d'évaluation et comment ils débouchent, ou non, sur l'institutionnalisation de dynamiques de qualification singulières, toujours susceptibles d'être désinstitutionnalisées, puis

---

<sup>128</sup> Qui trouvent depuis 2013 dans la revue *Valuation Studies* une caisse de résonance dédiée et un lieu de discussion et d'échanges théoriques de qualité à partir d'études de cas empiriques. L'objectif de cette revue est de contribuer à l'émergence et la stabilisation d'un nouveau programme de recherche en sociologie sur l'importance des activités de valuation, dans la vie quotidienne comme dans les pratiques économiques. Dans l'article introduisant le premier numéro, Helgesson et Muniesa (2013) ciblent deux objectifs pour cette revue. Elle cherche d'une part à encourager les travaux sur la construction sociale et collective de la valeur par les acteurs et d'autre part à étudier la manière dont les évaluations sont construites et rendues fiables ou non, considérées comme objectives ou non, à partir des dispositifs collectifs qui les soutiennent.

réinstitutionnalisées sous d'autres formes. Nous nous intéresserons donc aux possibles relations de concurrence entre plusieurs registres d'évaluation, et donc à la lutte entre les acteurs de la filière pour l'institutionnalisation de dynamiques de qualification spécifiques, en fonction de leurs intérêts et des possibilités que leur offrent les produits en termes de construction symbolique.

Nous montrerons que les dynamiques de qualification reposant sur le local ne concernent pas de la même manière tous les produits, ni tous les circuits de distribution. En effet, la distribution des fruits et légumes met en jeu une pluralité de qualifications, chacune pouvant être traitée comme une institution dont la puissance sur le marché est inégale. Nous montrerons pour conclure que le local apparaît ainsi comme une dynamique de qualification faiblement institutionnalisée, au regard d'autres formes de différenciation, laissant aux acteurs marchands (et aux distributeurs en particulier) les coudées franches en matière de manipulation stratégique de ce registre. Un travail est actuellement entrepris, à l'initiative des acteurs de la production et des distributeurs principalement, afin de stabiliser des « signes de qualité » autour de marques collectives territoriales qui permettraient d'institutionnaliser ces dynamiques de qualification.

### **3.1. Pluralité et articulation des registres d'évaluation de la qualité des fruits et légumes frais**

A la différence d'autres filières, celle des fruits et légumes frais ne fait pas jouer un rôle central aux différents dispositifs de qualification institués (tels que les labels, les marques ou les signes d'identification liés à l'origine). En effet, ces dispositifs sociotechniques, s'ils permettent de spécifier certaines qualités des produits (un mode de production ou le respect d'un cahier des charges, certaines qualités organoleptiques a priori du fait du lien à un terroir ou à des sols), ne suffisent pas à lever l'incertitude planant sur leur conformation aux attentes du client, qu'il s'agisse d'un professionnel (grossiste, restaurateur, commerçant, etc.) ou du consommateur final.

Juger de la qualité d'un fruit ou d'un légume requiert de la part des acteurs engagés dans des transactions marchandes de mobiliser des savoirs tacites et informels acquis la plupart du temps sur le tas afin de classer et différencier les « bons » des « mauvais » produits, « la segmentation du marché [étant] essentiellement tributaire des compétences incorporées par les personnes » (Bernard de Raymond, 2013, p. 23). Autrement dit, l'évaluation de la qualité des fruits et légumes demeure une activité ouverte, plurielle et difficilement réductible à l'imposition d'un standard dominant, comme c'est par contre le cas dans la filière mytilicole

décrite par S. Dubuisson-Quellier (2003), au sein de laquelle la conformation des coquillages à un standard calibré et sanitaire semble suffire à classer et hiérarchiser les produits.

Ainsi, les fruits et légumes frais sont saisis à travers une pluralité de registres d'évaluation à partir desquels leur qualité peut être définie. Dans une étude de cas consacrée à la manière dont des consommateurs, des producteurs, des distributeurs, des transformateurs, des cuisiniers professionnels définissaient une « bonne tomate », F. Heuts et A. Mol (2013) ont mis en évidence l'existence de cinq registres d'évaluation, chacun se focalisant sur un type de préoccupation particulier (le coût, la manipulation, l'historicité, la naturalité et la sensualité). L'intérêt de leur étude, au-delà de mettre en avant l'hétérogénéité des registres encadrant l'évaluation de la qualité des tomates, est de montrer qu'ils pouvaient fonctionner seuls et se suffire à eux-mêmes (par exemple, dans le cas d'un consommateur pour qui le seul registre pertinent pour définir une bonne tomate est le registre sensuel, ou d'un industriel pour qui la seule manière de penser la qualité d'une tomate est son prix peu élevé), même si ces cas d'évaluations unidimensionnelles représentaient plutôt une rareté dans leur matériau empirique.

Si chaque registre peut fonctionner séparément et de manière plus ou moins autonome, il n'est pas rare que les acteurs s'opposent, en fonction des situations, pour définir ce qui compte au sein d'un même registre d'évaluation (par exemple, dans le registre de la manipulation, les marchands définissent une bonne tomate du point de vue de sa résistance aux conditions de transport et de stockage et cherchent donc des variétés fermes, quand les restaurateurs travaillant avec des produits frais peuvent préférer des tomates juteuses). Plus généralement, en situation d'évaluation, les acteurs combinent et articulent ces différents registres entre eux. Le résultat prend alors souvent la forme d'un compromis entre plusieurs registres d'évaluation, ceux-ci étant par ailleurs différents en fonction des acteurs et des situations d'évaluation (Stark, 2011).

Le premier registre à partir duquel la qualité des fruits et légumes est appréciée par les distributeurs renvoie à la dimension sensorielle des produits, et à leur aspect en particulier, souvent combiné à celui de la manipulation par les acteurs de la grande distribution :

*« Même si on parle en ce moment des fruits et légumes moches, le client pour l'instant n'est pas encore prêt à trop acheter un fruit ou un légume biscornu. Donc l'aspect beau, la qualité dans le... faut pas que le produit arrive abimé. Donc forcément, une qualité au niveau de l'emballage, au niveau du transport... Après, il y a la qualité gustative, forcément, donc il n'y a qu'en goûtant que l'on peut savoir. » (GMS6)*

L'importance du registre sensoriel dans l'évaluation des produits, principalement centrée autour du couple aspect visuel / goût, correspond à une anticipation des évaluations réalisées par les clients en situation de choix, qui recherchent principalement de « beaux » produits d'un point de vue visuel. Mais à cette qualité doit correspondre une qualité de manipulation, les fruits et légumes devant supporter le transport, bien se prêter aux exigences de la vente en libre-service (ils doivent être manipulables par le personnel en centrale d'achat, puis par les agents du rayon fruits et légumes et enfin par les clients, sans pour autant que ces manipulations ne les affectent visuellement), et enfin être stockables plusieurs jours sans que leur qualité (visuelle et gustative) ne se détériore. Pour les commerçants indépendants en revanche, le registre sensoriel est plus souvent mobilisé de manière autonome :

*« [La qualité] Je la définis par rapport à son goût, l'aspect et puis voilà. C'est les deux premières choses, l'aspect du produit, le visuel... Le client voit un beau produit, il va être tenté, mais par contre, il faut qu'il soit bon. J'ai un exemple, ce matin, j'ai trouvé de très belles cerises, très grosses, qui étaient magnifiques, à un prix très cher, j'ai pris la cerise, je l'ai goûtée, je lui ai dit "Ta cerise, je n'en veux pas". Il me dit "Tu rigoles ou quoi ?". Je lui ai dit "Non, je n'en veux pas, tu sais pourquoi ? Parce qu'elle a un goût d'eau. Elle est pas sucrée, elle a rien". Donc je vois pas pourquoi je mettrais une grosse cerise à un prix très cher, le client va trouver la cerise très belle, il va la prendre, la manger, mais il va dire "Attends elle est belle d'accord, mais elle a aucun goût, au prix où elle est je reviens pas dessus". Donc la priorité c'est le visuel du produit, le goût. Après on peut avoir un produit plus ou moins beau, mais qui est très goûtu. Dans ce cas-là, je le prends quand même. Si je juge que le produit est moyen mais qu'il est bon, je le prends. Et après, c'est à moi de l'argumenter à ma clientèle, de leur dire "Allez-y, goûtez-le, même si c'est tordu, vous allez voir, c'est bon". (D3)*

Si, pour ces acteurs, ce registre sensuel semble fonctionner de manière autonome, on voit aussi qu'il peut être soumis à des tensions internes. Dans l'extrait d'entretien précédent, le primeur interrogé sélectionne le « bon » produit en réalisant un arbitrage entre son aspect et son goût, cet arbitrage étant rendu possible par le recours à des approvisionnements sur le carreau et par le dispositif de la vente de gré-à-gré. Mais, pour d'autres spécialistes déclarant évaluer la qualité des produits par rapport au seul registre sensuel (couple aspect / goût), de tels compromis sont déclarés inenvisageables, l'objectif étant alors d'avoir le « meilleur » produit, tant en termes d'aspect visuel que de qualité gustative :

*« [Je veux] Du « beau-bon ». Pas du moche-bon, parce que le client n'aime pas ça et que mon étalage je veux qu'il soit bien. Il faut que ce soit bon. S'ils mettent le prix, s'ils viennent chez moi, si c'est pour avoir quelque chose qui va pourrir deux jours après dans leur corbeille de fruits... » (D8)*

Ces évaluations, centrées sur la dimension sensorielle des produits, mettent à distance d'autres registres. Le prix, en particulier, est généralement présenté par les distributeurs comme un élément secondaire<sup>129</sup> par rapport à leur qualité intrinsèque et à la qualité de la relation de service au moment de sélectionner les « bons » produits :

*« Je n'achète pas un produit par rapport au prix. Le prix, en général, si je dois faire un classement, il arrive toujours en quatrième ou en troisième. En premier, c'est toujours le produit en tant que tel, sa qualité. Le service, le relationnel et le comportement en deuxième et le prix viendrait en troisième, ou en quatrième si on différencie le relationnel humain du service. Mais le prix, pour moi personnellement, c'est pas le cas de tous les acheteurs de centrales, le prix... On compose le prix. C'est composé pour moi par les deux ou trois premiers éléments. Mais le prix... il y a toujours un adage qui dit "rapport qualité-prix". Oui, mais il y a bien un rapport, et la qualité est avant le prix. Autrement ce serait un rapport prix-qualité. Donc évidemment il y a la qualité du produit, le produit en tant que tel, mais entre les deux, faut pas oublier qu'il y a un service. » (GMS4)*

Pour cet acheteur, le prix intervient donc comme le troisième critère de choix, derrière la qualité intrinsèque du produit et la qualité de la relation de service avec un fournisseur. Pourtant, en pratique, il est probable que cette hiérarchie soit beaucoup moins clairement établie, ou soit en tout cas beaucoup plus liée à un contexte particulier d'évaluation, en fonction de son interprétation de ce qui compte ou doit compter pour tel ou tel produit, tel ou tel fournisseur<sup>130</sup>. Cet acteur poursuit en faisant émerger certains dilemmes auxquels il peut se

---

<sup>129</sup> L'aspect secondaire du prix dans les décisions d'acheter ou non tel ou tel produit peut aussi s'expliquer par le fait que les prix du marché sont structurellement favorables à la grande distribution, du fait de sa position dominante. Dans un contexte où elle a réussi à stabiliser un cadre d'appréciation global forçant les producteurs à tirer leurs prix vers le bas, elle peut déplacer ses attentes vis-à-vis des produits sur d'autres dimensions.

<sup>130</sup> Cette conception de l'action économique dans laquelle les préférences de l'agent lui sont parfaitement accessibles et définies une fois pour toutes a été vivement critiquée pour son irréalisme par les sociologues de l'économie. Beckert (2003) montre à ce sujet que l'incertitude caractéristique des économies modernes rend impossible l'identification et la sélection de stratégies maximisant le bien-être individuel, les situations économiques ne possédant pas les caractéristiques présumées par une théorie économiciste de l'action basée sur l'identification de relations causales entre l'application de moyens en vue d'atteindre des résultats. De ce fait, les préférences comme les moyens mis au service de la réalisation des résultats ne sont pas définis hors de l'action une fois pour toutes, mais dans le cours même de l'action. Autrement dit, l'extrait d'entretien précédent

trouver confronté dans le cadre de son activité quotidienne, pour montrer que le prix n'est qu'un élément secondaire du processus de décision :

*« S'il y a un écart de prix, si on parle à qualité égale, à conditionnement égal, toutes choses égales par ailleurs sauf le tarif, là on en parle. Et là, moi je me justifie du fait que je vais être obligé d'arrêter de prendre mes produits chez lui pendant toute la période où il est trop cher, parce que les magasins font leur choix aussi. [...] Si j'ai de la tomate ici en région qui est pas belle, qui n'est pas ferme, qui est flétrie, ou qui a commencé à pourrir et qui est moins chère que de la tomate qui vient de Brest, de chez Savéol par exemple, je me pose pas la question [sous-entendu : je prends la tomate bretonne]. Mais à qualité égale, je vais quand même privilégier mon fournisseur régional. A prix supérieur, je vais privilégier ma région. » (GMS4)*

Bien que le prix soit jugé par les distributeurs comme un élément secondaire, il fournit souvent (mais pas tout le temps<sup>131</sup>) un repère pertinent pour choisir les produits. Mais, encore une fois, ce registre ne sert souvent qu'à pondérer d'autres éléments jugés plus primordiaux, en particulier ceux se rattachant aux évaluations sensorielles des fruits et légumes, au cœur de la définition de ce qu'est un « bon » produit pour les distributeurs. Les registres d'évaluation de la qualité des fruits et légumes par rapport à leur naturalité ou leur histoire demeurent peu mobilisés par les distributeurs (notamment parce qu'ils peuvent entrer en contradiction avec d'autres registres d'évaluation, notamment celui de la manipulation et / ou de la sensorialité), et correspondent principalement à des marchés de niche, comme dans le cas des produits biologiques ou assimilés. De même, la relation de service entre le fournisseur et le distributeur peut être mobilisée comme un registre d'évaluation de la qualité des fruits et légumes, mais demeure secondaire par rapport aux évaluations sensorielles. Cependant, ce registre d'évaluation peut parfois prendre le pas sur le registre sensoriel ou le pondérer et redéfinir, pour certains produits, la hiérarchie des critères de sélection d'un fournisseur :

*« Donc c'est bien de faire travailler un producteur du coin, mais faut quand même qu'il amène un plus, de par son dynamisme ou sa qualité de produit. C\*\*\*, on en parlait tout à l'heure, en termes de qualité c'est inférieur à ce que font les Vergers \*\*\*. Par contre, il apporte un dynamisme, quand c'est la pleine saison de ses prunes, de ses raisins, il*

---

donne plutôt à voir une forme de rationalisation a posteriori, plutôt que la réalité des évaluations qu'il réalise dans le cours de l'action.

<sup>131</sup> C'est ce que montrait l'exemple du primeur refusant d'acheter une cerise présentant une bonne qualité visuelle mais ne répondant pas à ses attentes gustatives. Le refus d'achat ne portait pas tant sur le prix en lui-même que sur l'absence d'adéquation entre celui-ci et les attentes du primeur, celui-ci estimant que le prix ne pouvait être justifié que par une différence gustative.

*apporte un dynamisme par une série de mises en avant, tout un tas de choses. Et en général, les produits ne sont pas mauvais non plus. Mais faut qu'il apporte un plus. »*  
(GMS6)

La définition de la qualité d'un fruit ou d'un légume est donc souvent le résultat de compromis entre plusieurs registres d'évaluation, le plus mobilisé par les distributeurs demeurant tout de même le sensoriel. Mais, comme nous avons également pu le montrer, ce registre est traversé par des tensions internes, voire des contradictions. De manière similaire à ce qu'ont pu montrer F. Heuts et A. Mol à propos de la définition d'une « bonne » tomate, la tension spécifique à ce registre articule une définition de la qualité sensuelle centrée sur l'aspect visuel des fruits et légumes et une autre sur leur goût. De ce point de vue, la proximité géographique entre producteurs et distributeurs ne suffit pas en soi à définir un « bon » produit, celui-ci étant plutôt défini à partir de ses caractéristiques intrinsèques, mais pèse par contre de plus en plus dans les stratégies de qualification des produits.

### **3.2. Pluralité et concurrence des dynamiques de qualification des fruits et légumes frais**

Si la qualité des fruits et légumes frais peut être évaluée à partir de différents registres qui, souvent, se combinent, s'articulent, ou s'opposent, ils sont également saisis par des dynamiques de qualification plurielles et potentiellement contradictoires. Ces dynamiques relèvent de stratégies servant les intérêts de telle ou telle catégorie d'acteurs (producteurs indépendants, groupements, distributeurs indépendants, enseignes de la grande distribution, etc.) et doivent, à ce titre, être analysées comme des tentatives de prise de contrôle sur l'organisation des relations marchandes au sein de la filière (Debril, 2005). Elles peuvent être appuyées par certains dispositifs, tels que des instruments de politique publique (Stanziani, 2003) ou bien des marques privées qui cherchent à faire valoir ce qui « compte » ou « doit compter » dans l'évaluation du produit et de sa qualité : un prix, un mode de production, une origine, etc. A ce titre, ces dispositifs de qualification ne sont pas neutres, en ce qu'ils sont porteurs d'une conception de ce que doit être le produit. Autrement dit, nous passerons dans cette section d'une analyse de ce qui définit pour les professionnels du marché la qualité au travail qu'ils effectuent sur le produit pour le faire advenir comme tel.

La spécificité de la filière des fruits et légumes frais par rapport à d'autres est d'être marquée par la pluralité des dynamiques de qualification instituées, celle-ci pouvant être analysée comme la conséquence de la pluralité de ses marchés et des rapports de pouvoir qui s'y jouent, ainsi que de l'atomisation des acteurs de l'offre et, dans une moindre mesure, de

ceux de l'aval. De fait, si certaines qualifications peuvent sembler dominantes dans tel ou tel « monde marchand » (Prally, Chazoule, 2013, p. 41), la force des distributeurs est justement de parvenir à articuler, souvent au sein d'un même espace de vente, différentes formes de qualification des fruits et légumes frais, et de jouer de manière stratégique avec les possibilités que leur offrent les produits en termes de manipulation et de construction symbolique de leur(s) valeur(s).

En effet, à la différence d'autres filières, comme la conchyliculture (Dubuisson-Quellier, 2003), l'ostréiculture (Debril, 2005) ou la viticulture (Chauvin, 2010) dans lesquelles un acteur en position dominante (la grande distribution dans les deux premiers cas, un critique influent dans le troisième) parvient à redéfinir à la fois les registres d'évaluation légitimes des produits et les « bonnes » manières de produire<sup>132</sup> ainsi qu'à faire advenir une dynamique de qualification hégémonique, dans le cas de la filière des fruits et légumes frais, les choses semblent plus complexes. En effet, si elle est parvenue à imposer aux producteurs et aux groupements certaines manières de produire (sélection des variétés, calibrage, recherche de la diminution des coûts de production) traduisant ses représentations de ce qu'est un « bon » produit, la grande distribution n'a pas réduit l'éventail des qualifications des fruits et légumes frais.

Ainsi, alors que jusque dans les années 1980 les dynamiques de qualification instituées reposaient sur la standardisation visuelle des produits et les prix, elles ont été considérablement enrichies depuis le début des années 1990 jusqu'à nos jours. Cette complexification peut être analysée comme le résultat de la persistance de dynamiques de qualification alternatives dans d'autres espaces marchands dominés économiquement, mais dominants d'un point de vue symbolique. De ce point de vue, les circuits de primeurs ou de vente directe, ainsi que les marchés de plein-vent, bien qu'en (légère) perte de vitesse en termes de répartition des parts de marché face aux enseignes de la grande distribution, ont réussi à conserver auprès des consommateurs l'image de circuits résistant à l'homogénéisation des fruits et légumes et à la baisse de qualité imposée par la grande distribution. En effet, les dynamiques de qualification instituées sur ces circuits étaient (dans une certaine mesure) moins centrées sur la standardisation visuelle et le prix que sur la différenciation qualitative des produits, en termes de variétés, de goût, de fraîcheur, de degré de maturité, etc., bref, en termes d'usages.

---

<sup>132</sup> Comme le montrent Heuts et Mol (2013), l'évaluation a une dimension performative, puisqu'en pratique, les activités d'évaluation sont entrelacées avec celles visant à améliorer les produits pour qu'ils soient conformes aux standards à partir desquels ils sont évalués.

Autrement dit, les dynamiques de qualification institutionnalisées au sein de ces espaces marchands ont rapidement cherché à se différencier de celles imposées par la grande distribution, pour déplacer la concurrence avec ces distributeurs sur un segment qui leur était plus favorable et leur permettait de valoriser des savoir-faire spécifiques en termes de sélection des produits, ceux-ci étant au cœur des stratégies de différenciation des indépendants vis-à-vis de la grande distribution. Face à ce qu'elle a interprété comme la montée en puissance de nouvelles attentes des consommateurs vis-à-vis de la qualité des fruits et légumes frais et pour transformer son image vis-à-vis d'eux, la grande distribution a rapidement cherché à faire évoluer (en les enrichissant) les dynamiques de qualification qu'elle avait elle-même contribué à institutionnaliser. Elle a exploré deux pistes : la qualification des fruits et légumes par rapport à la naturalité de leurs modes de production et par rapport à leur origine, cette dernière logique tendant désormais à se recentrer sur les origines « locales ». Nous chercherons à montrer, pour chacune de ces dynamiques, comment elles traduisent des rapports de pouvoir complexes entre acteurs de l'amont et de l'aval de la filière.

### ***3.2.1. D'un régime de qualification par les propriétés à la qualification par les usages***

La qualification des fruits et légumes par rapport à leurs propriétés intrinsèques (calibres, variétés, coloration, fermeté, etc.) correspond à une dynamique solidement institutionnalisée au sein de la filière. Elle a entraîné un travail intense pris en charge par l'ensemble des acteurs de la filière, des semenciers aux distributeurs, ces derniers ayant fortement contribué à l'imposer à leurs fournisseurs. L'institutionnalisation de cette dynamique de qualification s'est ainsi traduite à la fois par une réduction du nombre de certaines variétés de fruits et légumes (légumes racines notamment) mises en marché et la diversification variétale d'autres familles (tomates, fraises, etc.). Ce travail de diversification variétal a donc très largement porté sur une segmentation visuelle de l'offre, tant au niveau des formes que des couleurs, ces éléments demeurant le premier critère de différenciation pour les consommateurs :

*« Si on parle de tomate, là on a une segmentation avec quelques gros blocs. On va trouver d'un côté plutôt des standards marché très dominés par la tomate grappe aujourd'hui qui se développent toujours, et à côté de ça on va trouver des variétés, enfin des blocs, qui sont plutôt des blocs de segmentation. On va trouver toute une gamme de petits fruits, tomates cerise, tomates cocktail etcetera, de différentes*

*couleurs, en grappes, pas en grappes... On va trouver toute la gamme des variétés anciennes de tomates qui se développe assez significativement aussi. Et enfin une gamme de tomates originales, avec des variétés modernes mais des variétés qui ont des typicités, notamment de couleur. Donc des tomates noires, jaunes... Donc c'est vraiment autour de ces quatre grands blocs que l'on construit l'évolution de la gamme. » (OP8)*

Pour la tomate, si le marché reste dominé par des variétés standards, comme la tomate ronde classique ou les tomates grappes, très demandées par l'ensemble des distributeurs, la segmentation variétale fournit aux producteurs des moyens de se positionner sur différents circuits en fonction des demandes exprimées par leurs clients. La multiplicité des demandes entourant la commercialisation des tomates, si elle rend cet univers complexe, est aussi exploitée comme une ressource stratégique par les acteurs de l'amont qui produisent des tomates correspondant à des marchés spécifiques :

*« Je veux dire, en fonction des segments, on est parfois avec un critère numéro un qui est lié à la productivité. Et dans d'autres cas, le critère numéro un, indépendamment du rendement, c'est le goût. Et c'est ce qui fait que l'offre est complexe, mais c'est aussi notre salut. C'est d'arriver à créer... quand il faut aller se bagarrer sur le prix, il faut des choses peut-être un peu plus standard, mais qui font partie des références, malgré tout, d'un marché standard, mais qui ont l'avantage de pouvoir s'acheter à 1 euro 50 le kilo. Et puis il y a des produits de très haut niveau qui vont se vendre 5 euros le kilo pour des tomates, ou 10 euros, et qui sont dans une réponse élitiste. Encore une fois, en ce qui nous concerne, c'est pas une tomate, un positionnement. » (OP8)*

Ce travail d'élargissement des gammes correspondant aux évolutions des marchés et à leur complexité ont, paradoxalement, assez peu porté (en tomate, en tout cas) sur le renouvellement des produits eux-mêmes (à l'inverse du marché de la fraise qui a été marqué au cours des années 1990 par l'obtention de nouvelles variétés dites « tardives » qui ont permis aux producteurs français de se démarquer de l'offre étrangère en occupant le marché d'arrière-saison). Aujourd'hui, certains producteurs ayant le plus bénéficié de diversification variétale commencent à appeler de leurs vœux l'engagement d'un véritable travail autour des propriétés intrinsèques du produit, sur la différenciation gustative, qu'ils estiment être la seule solution envisageable à court et moyen terme pour se démarquer de l'offre étrangère, espagnole et marocaine en particulier :

*« Le matériel végétatif, c'est-à-dire les races de tomates vrac n'évoluent pas. [...] On a Carquefou, on a des centres qui travaillent, qui évoluent. Mais ça a été beaucoup porté sur la diversification : cœur de bœuf, les jaunes, les violettes, etc. On a abandonné un peu ce créneau-là. C'est beaucoup de recherches sur les grappes, la diversification, mais sur le produit lui-même, en base, ça a été un petit peu abandonné. Entre guillemets. On n'a pas de grande nouveauté, on n'a rien à mettre de plus sur le marché. » (P3)*

Toutefois, ce travail d'élargissement des gammes de produits ne concerne que certains d'entre eux, pour lesquels les demandes des consommateurs, médiées par les distributeurs, s'expriment de manière multiple, et portent aussi bien sur des produits « standards » que sur des produits placés sur un créneau de qualité supérieure. Ainsi, les produits les plus basiques tels que la carotte ou le poireau demeurent des produits faiblement différenciables, tant du point de vue de leur aspect que de leurs usages, malgré l'existence d'une recherche visant à adapter le panel variétal disponible :

*« C'est malheureusement une particularité de la carotte. On n'a pas réussi à trouver des variétés de carottes qui nous amènent une segmentation par le goût ou par l'usage. Si on regarde la salade, on a une multitude de variétés de salades qui permettent, en fonction des usages et des couleurs que l'on veut voir dans l'assiette, de choisir des variétés de salades. En pommes de terre, vous avez une segmentation par l'usage entre la frite, la purée, la salade de pommes de terre froide. La couleur aussi, vous avez des roses et des blanches. Donc en pomme de terre, ils ont segmenté énormément les types de pommes de terre. En tomates aussi vous avez les cocktails, les grappes, les rondes, cœurs de bœuf, j'en passe. En carotte aussi on a cherché cette segmentation par la couleur ou par les usages. La carotte, les usages c'est principalement le cru et le cuit. Le cru plutôt l'été pour le râpé, les salades, et le cuit plutôt l'hiver pour la soupe et même les plats en sauce, les pots au feu qui sont plutôt des plats d'hiver. Et paradoxalement, ce sont les mêmes variétés qui se prêtent aussi bien au cru qu'au cuit, et on n'a pas réussi... ou les semenciers n'ont pas réussi à trouver dans la nature des gènes de sensibilité sensorielle ou gustative différents entre le cru et le cuit, voire entre... On nous a pas mal questionnés entre le plus sucré et le moins sucré. Les gens ont recherché, à un moment donné, bon c'est plus trop la mode aujourd'hui, mais ça l'était il y a encore trois-quatre ans, de sortir une variété de carotte très sucrée. » (P24)*

Comme le montre cet extrait d'entretien, l'absence de spécificité d'usage associée à une variété de carotte limite fortement l'intérêt d'un travail de diversification variétale et a finalement eu peu d'impact sur l'évolution des manières de produire des acteurs de l'amont. Pourtant, et de plus en plus, pour un nombre croissant de fruits et légumes, une nouvelle dynamique de qualification se renforce, plaçant au cœur des logiques de différenciation des produits entre eux la question de leurs usages. Cette dynamique de qualification est particulièrement visible et institutionnalisée pour certains produits. La pomme de terre offre un bon exemple de ce type de qualification. Pour qui va faire ses courses en supermarché, la plupart du temps, elles sont vendues en sachets de 2,5 kilogrammes, l'usage préférentiel étant alors spécifié sur le packaging du filet : « frites », « vapeur et gratins », « soupe », etc., à chacun de ces usages correspondant un certain type de variété, dont les caractéristiques en font un produit adapté à un mode de cuisson particulier. Si ce registre de qualification par les usages apparaît fortement institutionnalisé pour certains produits, comme la pomme de terre (pour lequel il est désormais le principal registre de qualification), il l'est moins pour d'autres, ce qui donne lieu à des expérimentations *in situ* entre producteurs et distributeurs et impacte sur les stratégies de placement en magasin (il n'y a qu'à penser à l'exemple du producteur testant le meilleur rayon pour placer ses sachets de radis emballés, en fonction des usages qu'il présentait pour ce type de produit).

Ces dynamiques de qualification ne sont toutefois pas une spécificité de la grande distribution. En effet, de telles qualifications sont aussi en usage dans les circuits de primeurs ou de vente directe, mais sont prises en charge de manière différente, (et peut-être moins standardisée) et s'appliquent à un éventail plus large de produits, en particulier aux produits les moins communs. Les producteurs ou les commerçants spécialisés cherchent en effet à spécifier les usages possibles des produits qu'ils vendent, en échangeant verbalement avec leurs clients, ou bien en glissant des idées de recettes, notamment dans le cas des Amap ou des primeurs proposant des paniers de légumes, ces conseils et recettes étant particulièrement importants dans le processus de découverte par les consommateurs de variétés anciennes ou oubliées de légumes ou de fruits.

### ***3.2.2. La qualification par les modes de production, des effets complexes à gérer pour les distributeurs***

Cette seconde stratégie correspondait initialement à l'émergence et à la consolidation d'un marché pour les produits biologiques, construit comme une réponse à la méfiance croissante des consommateurs vis-à-vis de la qualité sanitaire des produits disponibles dans le

commerce conventionnel. Cette dynamique a été facilitée par la création et la reconnaissance officielle par l'Etat français du label AB au début des années 1980, ainsi que l'homogénéisation des procédures de certification, rendues obligatoires à partir de 1993. Cette standardisation de la certification autour de critères techniques communs à tous les organismes certificateurs s'est ainsi traduite par l'institutionnalisation de cette dynamique de qualification parmi les opérateurs marchands des différentes industries de produits agricoles, dont celle des fruits et légumes frais (Sylvander, 1997).

Certaines enseignes, comme le réseau Biocoop, créé au début des années 1980, ont bâti leur stratégie de développement autour de la consolidation de ce marché. Depuis, les enseignes de la grande distribution comme la plupart des commerçants spécialisés ont ouvert leurs rayons à ces produits labellisés certifiant un mode de production naturel, du fait de l'augmentation de la demande pour ces produits. L'institutionnalisation de cette dynamique de qualification peut être analysée comme le produit d'un rapport de force entre producteurs et distributeurs, les seconds cherchant à se protéger vis-à-vis des opérateurs de l'amont qui mettaient sur le marché des produits « biologiques » de mauvaise qualité à des prix élevés. L'obligation de certification et le contrôle par un organisme tiers ont permis de lever l'incertitude portant sur les produits biologiques et ont contribué à consolider cette dynamique de qualification instrumentée comme un repère stable, à la fois pour les consommateurs et les distributeurs, permettant le développement d'un marché des produits biologiques désencastré des réseaux d'interconnaissance qui avaient initialement soutenu sa consolidation.

Cette dynamique de qualification, si elle est bien perçue par les distributeurs (au premier rang desquels ceux spécialisés en produits biologiques) et une partie des acteurs de la production (ceux qui sont certifiés), fait toutefois l'objet de critiques, notamment de la part des acteurs qui cherchent à faire valoir des dynamiques alternatives de qualification centrées sur la naturalité des produits. Les producteurs revendiquent ainsi des modes de production tendant vers ceux de l'AB, mais refusent de se certifier pour plusieurs raisons. Sont ainsi évoqués des arguments tels que le coût de la certification et le refus de s'acheter un droit de vendre, un scepticisme quant à la différence intrinsèque entre un produit certifié et un produit qui ne l'est pas, un pragmatisme économique (pouvoir se réserver le droit d'utiliser tel ou tel traitement en cas de maladie des plantes), ou encore des modes de production naturels mais non éligibles à une certification en AB (comme par exemple, la pratique de la lutte intégrée mais sur des plantations hors-sol). Ainsi, nombreux sont les producteurs à considérer qu'ils « font du bio » mais qui ne s'attachent pas aux dispositifs de qualification officiels pour

valoriser leurs produits (ce qui ne les empêche donc pas de faire valoir des modes de production « propres » ou « naturels ») :

*« Je travaille quasiment presque tout en bio, que je ne commercialise pas en bio et que je ne veux absolument pas, pour un tas de raisons dont on pourra parler et... Aujourd'hui par exemple, je fais de la salade, c'est de la salade bio. Par contre je ne le dis pas. » (P2)*

*« Donc il n'y a quasiment plus de traitements spécifiques, nous on ne fait plus de traitements spécifiques au puceron, on ne fait quasiment plus de traitement spécifique aux acariens. Donc on a mis au panier ces fameux calendriers des maisons, et ça a beaucoup évolué dans nos campagnes. On n'est pas bio, mais on fait des fruits extrêmement propres. » (P6)*

Comme on le voit, ces producteurs, dans leurs stratégies argumentatives, cherchent à élargir le registre de la qualification renvoyant à la naturalité des modes de production. Le contact direct et les échanges avec les clients peuvent ainsi être utilisés par les producteurs comme une stratégie permettant de mettre à distance l'importance du label AB dans la qualification des produits, comme l'ont montré les travaux portant sur l'échange des produits agricoles en vente directe (Vincq et al., 2010). L'existence de relations interpersonnelles compense en effet l'absence de dispositifs de confiance impersonnels rendus nécessaires par la mise à distance des producteurs et des consommateurs (Bénézech, 2007). Ils peuvent faire valoir des procédures non sanctionnées par un label mais tout aussi respectueuses de la qualité naturelle des produits, en particulier ceux pratiquant la lutte intégrée ou ayant mené une véritable politique de réduction des traitements phytosanitaires, sanctionnée par un cahier des charges négocié avec un distributeur.

Pourtant, s'ils arrivent à faire valoir auprès des distributeurs la qualité « naturelle » de leurs produits, ces derniers sont réticents à chercher à les mettre en valeur auprès des consommateurs à partir de ce registre s'ils ne bénéficient pas d'un label garantissant le respect d'un mode de production naturel. Cette réticence est particulièrement visible pour les produits issus d'une agriculture « raisonnée », limitant volontairement le recours aux traitements chimiques et phytosanitaires par l'introduction d'auxiliaires de culture ou de techniques issues de la lutte intégrée. Aucune communication n'est mise en œuvre autour de l'amélioration de la qualité « naturelle » de ces produits, ces stratégies de qualification étant jugées bien trop risquées, du fait de l'impossibilité pour les distributeurs à en contrôler les effets auprès des clients :

*« On s'est rendu compte que beaucoup d'informations dans les fruits et légumes n'étaient pas toujours bien utilisées ni bien interprétées. Il y a toujours un risque à donner des informations sur certains produits. Je vais vous donner un exemple sur la pomme. On l'a vu, on a dit "Ces pommes-là n'ont que 18 traitements". Donc déjà, il y a des gens qui se disent "Il y a 18 traitements, c'est énorme ! Et avant, il y en avait combien ?". L'information, dans tout ce qui est agriculture, maraîchage, est très, très dangereuse. Dire que "vous n'avez que..." c'est admettre que les autres sont beaucoup plus traitées. » (GMS4)*

Comme le montre cet extrait d'entretien, dans les stratégies de qualification des produits, tout est affaire de mots et de symboles, ceux-ci étant chargés affectivement. Cette enseigne de la grande distribution, si elle est réticente à communiquer sur une innovation technologique dont elle a du mal à cerner les effets réels, n'a pourtant pas hésité, à la différence de l'autre enseigne, à valoriser des pommes issues « de vergers écoresponsables », ce « label » permettant de mettre à distance et d'invisibiliser la question de la réduction du nombre de traitements (et donc du nombre de traitements actuel) vis-à-vis des consommateurs, en proposant une approche globale de la durabilité ne se limitant pas à la question de l'écologisation des modes de production. Cette stratégie est aussi celle mise en œuvre par une structure de commercialisation de tomates :

*« C'est toujours délicat d'avoir une communication très forte, qui dit « Là, c'est zéro résidus ». Parce que ça veut dire que le reste en a. Et donc c'est une communication qui est souvent perçue comme dangereuse à juste titre. [...] On a un certain nombre de partenariats avec les clients sur lesquels on a ce type d'engagements, mais qui sont pas forcément de communiquer que sur ce point-là. C'est plutôt notre approche globale de développement durable qui est valorisée plus que juste le point zéro résidu de produits phytosanitaires. Et on va plutôt sur une approche globalisante sur les engagements de nos producteurs, nos engagements en tant qu'acteurs de production agricole dans un schéma durable qui s'appuie sur... on parle à la fois de l'énergie, des phyto, du recyclage de l'ensemble des déchets émanant de la production... » (OP8)*

De même, certains procédés technologiques permettant d'allonger la durée de conservation des fruits et légumes sont encore des éléments qui ne sont pas saisis par les distributeurs pour qualifier (et différencier) les produits entre eux, du fait de l'incertitude qui les entoure :

*« En ce moment il y a un sujet qui est très d'actualité, qui est d'ailleurs passé hier soir à France 2, le traitement des pommes. Là, aujourd'hui, faut se faire discret là-dessus. Alors nous on a mis... ça n'avait plutôt rien à voir, parce que nous on est plutôt parti depuis plusieurs années sur des vergers écoresponsables. Mais on s'aperçoit qu'un... Le problème c'est qu'aujourd'hui, il y en a qui utilisent les process smart-fresh donc là il faut être prudent, alors qu'on a des fournisseurs qui communiquent là-dessus, sur le smart-fresh. Pour eux, c'est un gage de fiabilité, de durabilité, mais aujourd'hui il y a débat là-dessus. [...] Vrai ou pas vrai, on ne sait pas, mais ça circule un peu dans le métier et donc là faut surtout pas communiquer sur ça, surtout pas. Faut se faire discret sur la pomme dans ce cas. Même si nous, avant, on a lancé des démarches de vergers écoresponsables sur lesquelles on a communiqué, là faut pas faire une surenchère. A ce moment, faut pas communiquer. » (GMS1)*

Plus généralement, les dynamiques de qualification des fruits et légumes mettant en avant leur naturalité cherchent à mettre à distance l'importance de la technologie dans leur obtention, comme l'atteste ce directeur d'un groupement spécialisé dans la production de fruits à coque :

*« On est un produit qui est un produit naturel, un produit qui a une bonne image, une très, très bonne image dans le grand public. Souvent elle sert de référence à des goûts, ça renvoie à une bonne image, l'écureuil, c'est quelque chose qui véhicule beaucoup... C'est un produit qui a une forte image. Et pour lequel on ne doit pas montrer l'énormité de la technologie que l'on met en œuvre pour le mettre en marché, parce que pour pouvoir lutter contre cette coquille qui cache ce qu'il y a dedans, il nous faut un très fort niveau technique et technologique, avec du laser, avec de l'ultrason, de l'infrarouge, etcetera. Beaucoup de technologie importante, de capteurs pour aller vérifier que la noisette est pleine, etcetera. Donc on a un gros niveau technologique, mais le consommateur on ne peut pas lui montrer, parce que pour lui ça reste un produit de cueillette, qu'il trouve dans le jardin de son grand-père. » (OP1)*

La qualification des produits par rapport à la naturalité de leurs modes de production est manipulée avec une extrême précaution par les distributeurs, du fait des risques que comporte pour eux ce registre de qualification, aux effets difficilement contrôlables vis-à-vis des consommateurs, en particulier quand il n'est pas appuyé par un signe de qualité reconnu, comme le label AB. Dans les circuits de vente directe en revanche, ce registre de qualification est employé de manière plus permissive, les producteurs pouvant qualifier leurs produits à

partir de ce registre sans nécessairement bénéficier du label AB, à condition d'expliquer et justifier leurs choix de ne pas demander ce label et de faire la preuve que leurs produits, malgré tout, demeurent « naturels ». Autrement dit, si le registre de qualification des fruits et légumes par rapport à la naturalité de leurs modes de production irrigue l'ensemble des circuits de distribution, il n'est pas instrumenté de la même manière et n'offre pas les mêmes possibilités de manipulation stratégique aux acteurs, qu'il s'agisse de producteurs ou de distributeurs.

### **3.2.3. Qualification par l'origine et la proximité : des rapports de pouvoir complexes entre opérateurs marchands**

Une dernière stratégie de qualification des fruits et légumes frais expérimentée par les acteurs de la filière des fruits et légumes frais (grande distribution en tête) à partir du début des années 1990 a porté sur la valorisation de leur origine et d'un « terroir », souvent associé en pratique à une origine « locale ». Ces registres de qualification sont toutefois inégalement mobilisés en fonction des produits et de la manière dont les distributeurs cherchent à les différencier des autres. Schématiquement, et à de rares exceptions près, la qualification par l'origine concerne plutôt les fruits, alors que la qualification par la proximité géographique est plutôt mobilisée pour les légumes (Alavoine-Mornas, Camman, 1998). De plus, les qualifications par l'origine et la proximité répondent à des logiques de construction des produits relativement différentes. Alors que la première s'inscrit généralement dans la valorisation d'une qualité singulière, liée à un bassin de production réputé (pour un climat, des savoir-faire, etc.), la seconde correspond à un nouveau critère de différenciation pour des produits que rien ne différencie *a priori* des autres sur le plan de leurs qualités intrinsèques (Kebir, Torre, 2013). Par ailleurs, dans certains cas spécifiques, qualification par l'origine et par la proximité peuvent s'articuler et se renforcer.

La qualification des produits par l'origine a bénéficié d'une extension des dispositifs de labellisation officiels à d'autres domaines que le vin. En effet, les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC) ont été étendues à l'ensemble des produits agroalimentaires en 1990, autorisant les producteurs de fruits et légumes et leurs groupements à s'organiser collectivement autour de la production d'un bien singulier de par son inscription dans un « terroir », entendu comme une zone géographique particulière de laquelle le produit tire son originalité. Le dispositif des AOC est typiquement français, mais a été complété par deux autres Signes d'Identification de la Qualité liés à l'Origine (SIQO) communautaires, les Appellations d'Origine Protégée (AOP) et l'Indication Géographique Protégée (IGP), que les

AOC française ont fortement influencé dans leur manière de construire le lien entre qualité et origine géographique<sup>133</sup>. En France, de nombreux fruits et légumes bénéficient de ces signes de qualité, bien que, rapportés à l'ensemble du marché des fruits et légumes frais, les produits sous SIQO et labels (comme l'AB) représentent avant tout des marchés de niche (Tableau 2).

**Tableau 2 : Chiffre d'affaire des fruits et légumes sous SIQO et en AB en 2013 (en millions d'euros)**

AOC/AOP	IGP	IGP-LR	LR	Total F&L SIQO	AB*	Total
85	143	12	7	247	597	15 500

\*Données de 2011

Sources : données SIQO : INAO ; données AB : Agence Bio / ANDi

La faible pénétration des signes de qualification lié à l'origine dans la filière tient à plusieurs éléments. Premièrement, les SIQO correspondent à des démarches collectives. Dans un monde professionnel historiquement marqué par la prégnance des logiques individualistes, le choix des démarches collectives n'est pas évident et vient perturber certaines routines :

*« On pourrait se lancer là-dedans... (Il réfléchit) On pourrait se lancer là-dedans, mais c'est... Je veux dire, si on fait une AOP, ou une IGP, dans les carottes, on serait tous en IGP, puisqu'on est tous dans le massif des Landes. Donc ça serait une démarche collective, ce serait pas une démarche individuelle. Pourquoi pas, pourquoi pas ? [...] Alors après, si 60 % des carottes sur le marché ont une IGP carotte des Landes, quel est l'intérêt de faire une IGP quelque part ? » (P19)*

De plus, au-delà de la difficulté à remettre en cause ces logiques individualistes, le potentiel des SIQO en termes de valorisation économique des fruits et légumes est faible, alors que ces démarches peuvent se révéler coûteuses. En effet, la plupart des acteurs (consommateurs, grossistes, commerçants) demeurent aujourd'hui encore caractérisés par des comportements d'achats relativement indifférents aux singularités des produits telles que leurs modes de production ou leur origine. Autrement dit, le consentement des consommateurs à payer un supplément pour des produits bénéficiant d'un SIQO est encore faible<sup>134</sup>, d'autant

<sup>133</sup> Toutefois, le lien des IGP au territoire est plus « souple » que celui des AOP/AOC. L'IGP distingue en effet un produit dont toutes les phases d'élaboration ne sont pas nécessairement issues de la zone géographique éponyme mais qui bénéficie d'un lien à un territoire et d'une notoriété. Le cas typique de l'IGP entretenant un lien distendu au territoire est celui du jambon de Bayonne, puisque les zones d'élevage de l'IGP s'étendent sur un quart Sud-ouest étendu (jusqu'à la Haute-Vienne, par exemple), l'obtention du SIQO étant conditionnée à la réalisation de la salaison dans un périmètre défini comme celui du « Bassin de l'Adour ».

<sup>134</sup> En 2007, l'enquête Consommation du CREDOC montrait que seulement 48 % des consommateurs se déclaraient prêts à payer plus cher un fruit ou un légume bénéficiant d'un signe officiel de qualité. On peut

plus qu'à l'exception des produits issus de l'AB et dans une certaine mesure de ceux bénéficiant du Label rouge, les bénéfices hédonistes induits par la possession d'un de ces signes sont généralement mal identifiés par les consommateurs. Enfin, si les signes officiels de qualité tenant à des modes de production spécifiques (AB, Label rouge) attestant d'une qualité supérieure jouissent d'une certaine reconnaissance auprès des consommateurs et des professionnels de la distribution, les SIQO ont, eux, plus de mal à faire leur place sur des marchés étendus. A l'exception de quelques fruits comme la mirabelle de Lorraine, la clémentine de Corse ou la fraise du Périgord qui bénéficiaient avant leur labellisation d'une reconnaissance dépassant les frontières régionales – que le signe officiel de qualité est par ailleurs venu renforcer, bien souvent les fruits et légumes frais bénéficiant d'un SIQO sont plutôt destinés à des marchés régionaux sur lesquels ils sont déjà identifiés par les consommateurs, car renvoyant à des cultures traditionnelles et localisées.

Malgré la faible institutionnalisation des SIQO au sein de la filière des fruits et légumes frais, la qualification par l'origine fonctionne aujourd'hui comme un levier de segmentation puissant, en particulier pour les fruits (et certains légumes). Autrement dit, la différenciation des produits par l'origine repose moins sur des dispositifs impersonnels que sur des compétences incorporées par les acteurs, ce qui laisse la place à une appropriation stratégique par les distributeurs de cette dynamique de qualification et à la possibilité de jouer sur la charge symbolique qui y est associée par les consommateurs. L'affichage et la qualification des fruits et légumes frais par l'origine, pour les distributeurs, peuvent ainsi s'inscrire dans une logique de singularisation des fruits et légumes par rapport à l'offre standard, dans une logique proche de celle faisant jouer aux SIQO un rôle clé dans la différenciation des produits entre eux. De fait, cette dynamique de qualification est a priori aveugle aux arguments de la proximité géographique des produits, la sélection de fruits ou de légumes issus de « terroirs » éloignés se justifiant par la recherche du « bon », du « vrai », voire du « meilleur » produit :

*« Moi si je trouve de la mirabelle à 200 kilomètres et qu'elle est pas bonne, ça m'intéresse pas. Je vais à Nancy la chercher, parce que je veux de la vraie. Donc on est toujours sur l'histoire de qualité. » (D9)*

Bien que ce registre ne soit pas l'apanage des commerçants spécialisés, les stratégies de différenciation vis-à-vis de la concurrence qu'ils mettent en œuvre, centrées sur la différence qualitative entre leur offre et celle des grandes surfaces, puisent fortement dedans. Cette

---

légitimement penser qu'en situation d'arbitrage dans le rayon (Dubuisson-Quellier, 2006), ce chiffre diminue singulièrement.

forme de qualification leur permet en effet d'assoir et renforcer leur statut de spécialiste, et se traduit généralement par la recherche « des meilleurs produits au meilleur endroit », y compris à l'autre bout de la planète. Cette revendication est également reprise à leur compte par les acteurs de la grande distribution, qui, à la recherche des « meilleurs » produits, naviguent entre les bassins de production français et étrangers :

*« Nous on va chercher les meilleurs terroirs. Si nous ici on n'est pas prêts dans le Sud-Ouest, on va le chercher dans le Sud-Est. Et je parle pas de l'Espagne, même s'il y a un travail qui commence à être fait sur les variétés en gustatif en Espagne aussi. » (GMS1)*

La qualification des fruits et légumes par l'origine s'inscrit donc principalement dans une logique de distinction par la qualité, aveugle à la question de la proximité géographique des produits. Toutefois, comme l'atteste ce second de rayon fruits et légumes, pour les produits étrangers que les consommateurs n'associent pas nécessairement aux « meilleurs » produits, ce registre doit être manipulé avec précaution, ou être associé à une opération promotionnelle particulière légitimant le choix du distributeur de s'approvisionner en produits lointains :

*« Ben tout ce qui n'est pas français, il faut pas trop communiquer [...]. Si c'est des produits français oui. Alors après, ça dépend quelle communication. Si c'est un produit tract, on peut aller sur n'importe quel produit, que ce soit du haricot vert du Burkina Faso, que ce soit d'Israël ou du Pérou sur de l'avocat, si c'est un produit tract, ça veut dire par là que c'est un prix béton donc vous pouvez faire cette annonce sur n'importe quel produit. Mais si vous, vous faites une opération propre dans un magasin, ce serait bien que ce soit un produit français, comme on l'a souvent fait. » (GMS5)*

L'origine des produits, au même titre que leur mode de production, apparaît ainsi, du point de vue des distributeurs, comme un registre de qualification à manipuler avec précaution. La qualification par l'origine des produits étrangers présente toujours un risque pour eux, qu'ils doivent pouvoir justifier, soit par un prix inférieur bénéficiant aux clients, soit par l'indisponibilité du produit en France. Si elle se prête particulièrement bien aux produits dont la qualité supérieure est construite par rapport au lien spécifique qu'ils entretiennent au territoire, ce lien étant ou non garanti et attesté par l'obtention d'un SIQO, les produits les moins singuliers s'y prêtent plus difficilement.

Pour ces fruits et légumes plus difficilement singularisables par rapport à une origine spécifique (pommes de terre, courgettes, aubergines, pommes, etc.), ce type de qualification

se révèle de peu d'effets. En revanche, la proximité géographique est aujourd'hui fortement mobilisée dans les dynamiques de qualification de la filière. Cette dynamique concerne l'ensemble des acteurs et des circuits de commercialisation de la filière et tend à s'institutionnaliser comme un ressort de différenciation des produits entre eux d'autant plus puissant que ce registre est aujourd'hui peu encadré par des instruments de politique publique. De fait, elle demeure très largement contrôlée par les acteurs de l'aval qui peuvent ainsi jouer avec la définition de ce qui relève ou non du « local », en fonction des opportunités qui s'offrent à eux. Pourtant, les acteurs de l'amont et les collectivités territoriales cherchent à se réapproprier ces démarches de qualification marchande qui, jusqu'à présent, leur échappent, alors même qu'ils les appellent de leurs vœux. La création de marques territoriales collectives censées mettre en valeur une « origine locale » sont une des pistes actuellement explorées par eux pour peser sur la maîtrise de ces dynamiques, bien qu'encore une fois, la grande distribution, en tant qu'acteur incontournable du commerce des fruits et légumes frais, cherche activement à influencer l'institutionnalisation de ces démarches :

*« Donc aujourd'hui moi j'essaie de faire un peu de lobbying auprès des institutions pour que ça disparaisse<sup>135</sup> et qu'on puisse faire quelque chose comme "Des fruits et légumes Sud-Ouest", ça je sais pas, c'est à eux de trouver, mais là on met un signe très différenciant, alors bien sûr on trouve les logos pour le bio, mais je me disais "Punaise, c'est dommage". (GMS1)*

Certains groupes ou certaines marques détenues par des groupements ont cherché très tôt à s'approprier ces nouvelles dynamiques de qualification centrées sur la proximité géographique de l'offre et les ont intégrées à leurs outils de communication visuels sur les produits (Annexe 10, p. 418). Pour les producteurs ou les groupements « locaux », avec toutes les imprécisions que recouvre cette notion et les possibilités de manipulations symboliques qu'elle entrouvre, l'institutionnalisation de cette dynamique de qualification laisse entrevoir un certain potentiel dans la mise à distance de concurrents géographiquement éloignés. Elle permet en outre, pour certains produits, de réduire l'importance accordée par les distributeurs aux autres critères de différenciation des produits, notamment ceux centrés sur la naturalité des modes de production.

---

<sup>135</sup> Cet acteur fait référence à l'existence d'une marque « Manger Bio Sud-ouest » associant les anciennes régions Aquitaine et Midi-Pyrénées. Son problème est que cette marque ne concerne que les produits biologiques et ne s'applique pas aux produits conventionnels.

Finalement, l'institutionnalisation de cette dynamique de qualification marchande au sein de la filière des fruits et légumes frais ne déstabilise pas ses logiques de gouvernement. Au contraire même, on peut considérer qu'elle renforce le poids des *titulaires* dans celui-ci, dont ils tirent profit pour mettre à l'écart les qualifications qu'ils ont le plus de mal à gérer, notamment celles portant sur les modes de production :

*« On peut dire que c'est produit en France, on peut dire, en mettant la photo comme le fait Rougeline, du producteur. Ça se fait de plus en plus, ça se fait dans le Nord sur les endives où sur les sachets vous avez la photo du producteur d'endives. Et ce qui plaît bien aujourd'hui aux yeux des consommateurs c'est le "C'est d'ici" avec un petit drapeau français, ou la carte de France avec le pointeur qui dit que c'est produit dans les Landes ou dans l'Est. Ça, ça plaît bien aux consommateurs. Mais par habitude, moi ça fait vingt ans que je fais ce métier, il y a beaucoup de choses qu'on... qu'on se méfie de dire parce que ça se retourne contre nous. » (GMS4)*

De ce point de vue, la qualification par les origines et / ou la proximité offre aux acteurs marchands de la filière, qu'ils soient producteurs ou distributeurs, l'occasion de mettre en avant les éléments les plus consensuels de la singularisation des produits du point de vue du consommateur, tout en écartant justement d'autres dynamiques de qualification aux effets potentiellement moins contrôlables. Mais, encore une fois, ces dynamiques de qualification correspondent principalement aux stratégies des enseignes de la grande distribution qui ont réussi à les imposer, sans véritable résistance, à l'ensemble des acteurs de l'amont.

De fait, il est intéressant de noter que ce sont justement sur les circuits de distribution au sein desquels la part des produits locaux est la plus faible que cette qualification est la plus solidement institutionnalisée. En effet, sur les circuits de vente directe notamment, l'origine des fruits et légumes est généralement un élément peu problématique, le producteur étant souvent localisé à proximité du point de vente. Celui-ci cherche alors à qualifier ses produits par rapport à des modes de production naturels ou artisanaux, à des usages, une historicité ou une typicité, etc. En revanche, dans des systèmes de distribution reposant sur des approvisionnements dispersés géographiquement, les registres de qualification par l'origine et / ou la proximité fonctionnent à plein et fournissent aux acteurs de nouvelles opportunités en matière de différenciation des produits, sans nécessairement engager une révision des modes de production des acteurs de l'amont.

\*

\* \*

L'objet de ce chapitre était de montrer l'institutionnalisation d'une nouvelle dynamique de qualification au sein de la filière des fruits et légumes frais, centrée sur la valorisation de la provenance locale des produits. En nous appuyant sur les travaux consacrés aux professionnels du marché ainsi qu'aux dynamiques de qualification marchande, nous avons cherché à montrer en quoi il était pertinent de questionner l'émergence d'une nouvelle institution marchande, le local, pour appréhender la désinstitutionnalisation des rapports de distribution des fruits et légumes frais. Notre objectif n'était pas ici d'analyser les caractéristiques des systèmes de distribution relocalisés, tant au niveau de leur dimension fonctionnelle que de leur portée alternative. Il s'agissait en revanche d'analyser la pénétration d'une nouvelle institution, entendue comme un système de croyances et d'attentes partagées, dans un système de distribution *a priori* aveugle à la question de la proximité géographique dans ses principes d'organisation, et d'étudier son impact sur le gouvernement des rapports institués de distribution de la filière.

De ce point de vue, le local représente une norme marchande en cours d'institutionnalisation. En effet, pour un ensemble de raisons qui mériteraient d'être approfondies par des travaux ultérieurs, les consommateurs associent aujourd'hui une grande importance à la question de la proximité géographique des fruits et légumes qu'ils consomment, et incitent l'ensemble des acteurs marchands de la filière à tenir compte de la réorientation de leurs préférences. Ainsi, le local fonctionne aujourd'hui et de plus en plus comme un cadre cognitif partagé par l'ensemble des acteurs (ce qui ne veut pas dire que tous les acteurs y adhèrent, comme nous avons pu le montrer dans le chapitre précédent) qui tendent, de plus en plus, à redéfinir une partie ou la totalité de leurs stratégies de commercialisation ou d'approvisionnement à partir de celui-ci.

Le développement récent de commerces en ligne proposant une livraison à domicile de produits locaux (qu'il s'agisse exclusivement de fruits et légumes ou non) est un bon exemple de cela. De même, la recherche de produits locaux par les enseignes de la grande distribution montre bien la force de cette institution dans la manière de penser et faire du commerce de fruits et légumes. Au-delà de cette réorientation des stratégies de distribution et d'approvisionnement, l'importance accordée au local par les acteurs de la filière se traduit par la reconfiguration des relations marchandes entre eux en les inscrivant dans des temporalités de moyen ou long terme et des relations d'échange présentées comme plus partenariales.

Pourtant, si le local peut être considéré comme une nouvelle institution marchande encadrant les relations d'échange entre les acteurs de la filière des fruits et légumes frais, il ne

semble pas influencer les procédures dominantes d'évaluation de la qualité des produits. En effet, celles-ci sont toujours centrées sur leurs propriétés intrinsèques (calibre, coloration, aspect visuel, etc.), le local n'étant pas en soi considéré comme un gage de qualité par les distributeurs. Comme l'ensemble des produits, les produits locaux sont mis à l'épreuve par les distributeurs, et doivent faire la preuve qu'ils sont d'une qualité équivalente à ceux des produits géographiquement plus éloignés. Autrement dit, si les distributeurs peuvent afficher dans leurs discours ou leurs stratégies de communication une préférence pour les produits locaux, celle-ci ne remet pas en question les procédures d'évaluation de la qualité institutionnalisées, la proximité géographique n'étant alors pas un « passe-droit » pour les fournisseurs locaux.

Malgré cela, le local fonctionne bien comme une nouvelle dynamique de qualification des fruits et légumes qui tend à complexifier l'architecture et la configuration des relations marchandes au sein de la filière. Cette dynamique, à l'initiative des distributeurs les plus puissants, leur permet de jouer de manière stratégique entre différents registres de qualification en fonction des opportunités offertes par les produits. Ainsi, la mise en avant de la dimension locale des produits peut être pour eux un bon moyen de détourner le consommateur d'autres formes d'évaluation, potentiellement plus problématiques pour eux, comme celles portant sur la naturalité des modes de production ou l'absence de qualités spécifiques liées à une origine et garanties par un SIQO. De fait, l'importance acquise par le local dans les dynamiques de qualification des fruits et légumes frais ne doit pas être analysée avec candeur. Au contraire, elle revêt pour les acteurs une dimension stratégique et foncièrement politique, permettant aux *titulaires* de conserver leur position dans le gouvernement de la filière, notamment en écartant des arènes de discussion publique les questions associées à la définition des « bonnes » manières de produire par les *challengers*.



## CONCLUSION

En conclusion, nous souhaiterions rappeler les ambitions initiales de cette thèse et la manière dont nous pensons y avoir répondu. A l'aide d'outils analytiques empruntés à la sociologie économique, de l'action publique, et à l'économie politique, notre objectif premier était de marquer un pas de côté vis-à-vis de la littérature, désormais foisonnante, consacrée à la commercialisation des produits agricoles et à la promotion de nouveaux formats d'échange valorisant le rapprochement entre producteurs et consommateurs, sur un plan relationnel (les circuits courts) comme géographique (les circuits de proximité). L'ambition de la plupart de ces travaux pouvait se résumer ainsi : dans un contexte marqué par les espoirs que suscitaient ces circuits courts de proximité, tant du point de vue des consommateurs, des distributeurs que de celui des collectivités territoriales, des organisations professionnelles ou des agriculteurs eux-mêmes, il fallait dans un premier temps se doter de méthodes et de concepts permettant de les analyser afin de montrer en quoi ils se démarquaient des systèmes de distribution globalisés. Ces travaux ont ainsi produit des descriptions des logiques de fonctionnement de certains systèmes associés à une forme de contestation de l'ordre dominant des échanges marchands des produits agricoles, qu'il s'agisse de marchés de producteurs, d'Amap, ou encore des plateformes d'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux.

Ces travaux, aussi intéressants soient-ils pour la compréhension des logiques organisationnelles et marchandes mises en jeu par ces modes de commercialisation, laissaient pourtant un goût d'inachevé. D'autant plus qu'un de leurs postulats, plus ou moins implicite, faisait justement de ces modes de commercialisation une alternative à l'organisation verticale des filières, en montrant le rôle de nouveaux acteurs comme les collectivités territoriales dans leur promotion et leur mise en œuvre. Dans cette perspective, ces travaux ont ainsi montré que les circuits courts de proximité avaient été développés à l'extérieur, voire contre les filières, selon une logique territoriale et décentrée, par des agriculteurs ne se reconnaissant pas dans les identités professionnelles dominantes, centrées sur une logique de spécialisation des appareils de production et des systèmes de distribution. Mais ils ont contribué – à tort – à entériner une pensée caricaturale du « grand partage » entre, d'un côté, les filières organisées verticalement et de l'autre, les agriculteurs vendant directement aux consommateurs dans un univers foisonnant de relations sociales « chaudes » (Le Velly, Dubuisson-Quellier, 2008). Or notre volonté, à la suite de travaux récents (Praly, Chazoule, 2013 ; Praly et al., 2014), visait

justement à sortir de cette dualité factice, pour proposer une sociologie mettant en avant les articulations entre ces systèmes, leurs complémentarités, tout autant que les oppositions et les conflits que suscitait cette coexistence plus ou moins pacifique.

Car effectivement, et c'est ce que nous avons montré dans le premier chapitre, la structuration de l'ordre institutionnel de la filière des fruits et légumes frais a très fortement contribué à marginaliser ces modes de commercialisation territorialisés qui, au début des années 1960, apparaissaient comme une survivance du passé rapidement appelée à disparaître. Qui plus est, une des ambitions des pouvoirs publics était justement d'organiser un marché national, puis européen, des fruits et légumes. Pour les acteurs dominants de l'époque, cette ambition supposait que soient créées les conditions institutionnelles rendant possible la circulation des produits dans des espaces géographiques de plus en plus étendus. De ce point de vue, la normalisation des fruits et légumes a joué un rôle crucial dans ce processus de déterritorialisation des marchés : en les rendant comparables, elle donnait la possibilité aux distributeurs de mettre en concurrence les produits issus de différents bassins de production à partir d'une grille objectivée. Autrement dit, la filière des fruits et légumes s'est structurée autour d'une forme d'aveuglement par rapport aux questions liées à l'origine géographique de ses produits et à la localisation de ses marchés. En allant plus loin, on peut même affirmer que le projet d'affranchissement vis-à-vis des contraintes territoriales était au cœur du projet politique des gouvernants de la filière.

En revanche, la question de l'organisation des circuits de distribution s'est très rapidement posée aux modernisateurs. Ils ont réussi à imposer l'image d'une filière sclérosée par l'organisation archaïque de ses systèmes de distribution et en ont fait la cause du faible revenu des producteurs et de la cherté des produits au regard de leur qualité. Ainsi, au début des années 1960, un vaste travail de « modernisation » des structures de la distribution des fruits et légumes a été entrepris, se traduisant par la création d'un réseau national de marchés de gros, les Marchés d'Intérêt National. Leur objectif était à la fois de fluidifier les échanges marchands, de les rendre plus transparents (notamment en termes de formation des prix), mais surtout d'éliminer une partie des intermédiaires qui « parasitaient » l'organisation et la transparence du commerce.

En d'autres termes, si la dimension géographique des échanges a longtemps été mise de côté par les *titulaires*, l'organisation et la rationalisation de ses circuits de distribution a très tôt fait l'objet d'une forme de gouvernement, dans une perspective assez proche de celle que nous connaissons aujourd'hui, dans laquelle certains intermédiaires (les grossistes

notamment) sont socialement et politiquement délégitimés. Le développement rapide de la grande distribution, à partir des années 1970, a d'ailleurs très largement reposé sur ce principe visant à supprimer les intermédiaires jugés inutiles ou à internaliser les fonctions qu'ils assumaient au sein de l'organisation de chaque groupe, avec la création de centrales d'achat pour les principales enseignes. Malgré tout, cette volonté de rationaliser les circuits et de supprimer les intermédiaires « nuisibles » ne s'est pas traduite, comme c'est le cas aujourd'hui, par un encouragement au développement de circuits de vente directe entre producteurs et consommateurs.

Cette volonté de rationaliser les circuits de distribution, en promouvant ceux mettant en jeu le moins d'intermédiaires possibles (schématiquement, un producteur ou un groupement, un grossiste et un détaillant) tout en reposant sur des logiques de volumes et de spécialisation, est donc intrinsèquement liée au projet de gouvernement de la filière des fruits et légumes frais. Toutefois, elle a en même temps partiellement échoué, comme en atteste encore aujourd'hui la pluralité des circuits de distribution des fruits et légumes, des plus concentrés aux plus extensifs en termes d'opérateurs économiques y intervenant.

Par la suite, à partir des années 1980, l'organisation des circuits de distribution occupe une moindre place dans le gouvernement de la filière. L'attention se déporte alors vers l'adaptation des productions aux besoins des marchés. Autrement dit, les rapports institués de production se transforment : désormais, il s'agit moins d'accroître les rendements par l'intensification et la mécanisation des modes de production que d'éviter de rentrer dans des logiques de concurrence par les prix dont les producteurs pressentent qu'ils sortiraient perdants. La création de l'interprofession nationale des fruits et légumes, Interfel, en 1976, a fortement contribué au passage d'un gouvernement par la modernisation des structures productives et commerciales à un gouvernement par le marché. Ce passage entérine le pouvoir croissant de la grande distribution sur les décisions productives de l'amont et les dynamiques de qualification institutionnalisées : par ses demandes en termes de qualité des produits (elle cherche des produits réguliers visuellement, et des lots homogènes) et le pouvoir de marché qu'elle exerce, elle contribue à redéfinir les stratégies des producteurs.

Au début des années 1990, au moment de la première réforme d'envergure de la PAC, que suivra en 1996 la réforme de l'OCM des fruits et légumes, la filière est donc dominée par quelques enseignes de la grande distribution, qui parviennent à imposer aux autres acteurs leurs stratégies et leurs intérêts. Ainsi, même quand la réforme de la PAC entérine une approche plus environnementale des activités agricoles et commence à prôner un

développement agricole durable passant par l'écologisation des modes de production, ces acteurs ne se trouvent pas déstabilisés par ces nouvelles demandes. Bien au contraire, ils les reprennent à leur compte et s'en servent à la fois pour maintenir le contrôle sur les orientations de la filière et complexifier les dynamiques de qualification des produits.

En effet, les critiques dont commencent à faire l'objet les modes de production agricoles, les répercussions sociales et politiques des crises sanitaires, forcent les acteurs de la filière à désinstitutionnaliser les rapports institués de production, centrés sur le recours massif et systématique aux traitements phytosanitaires, pour les réinstitutionnaliser sous une autre forme. Alors que les acteurs situés à la marge de la filière avaient pour certains développé depuis dix ou vingt ans déjà des modes de production biologiques, les acteurs de l'amont en position de *titulaires* du gouvernement ont réussi à expérimenter avec succès des modes de production n'interdisant pas le recours occasionnel aux traitements curatifs, mais limitant leur usage préventif systématique. La « lutte intégrée » ou « l'agriculture raisonnée » apparaissent ainsi comme les armes des dominants de la filière pour faire accepter de nouveaux modes de production plus en phase avec les exigences sociétales médiées par les enseignes de la grande distribution ou les grossistes de réseau.

L'écologisation des modes de production opérée au cours des années 1990 s'inscrivait ainsi dans une logique de promotion du développement durable visant à réduire l'impact environnemental des activités agricoles, sans que ce référentiel durable ne vienne toutefois déstabiliser le référentiel marchand ordonnant les rapports institués de distribution. Néanmoins, à partir des années 2000, certains *challengers* du gouvernement de la filière, au premier rang desquels les producteurs, ont commencé à critiquer cette réduction de la durabilité à sa dimension environnementale et écologique, dont ils se retrouvaient obligés de supporter le coût économique, sans véritable possibilité de revaloriser économiquement leurs produits. La durabilité, de ce point de vue, ne renvoyait donc plus seulement à l'écologisation des modes de production, mais aussi à la possibilité pour eux de développer des relations plus partenariales avec leurs clients. Autrement dit, ces *challengers* ont cherché à cadrer le problème de la durabilité en termes économiques, de manière à peser sur la réorganisation des relations commerciales amont / aval.

C'est au cours de cette période que la redéfinition des rapports institués de commercialisation des filières agricoles revient sur la table, d'abord au sein d'arènes professionnelles confinées, puis, grâce à un travail de politisation opéré par les *challengers* du secteur agricole, au sein d'arènes plus larges associant pouvoirs publics, responsables

professionnels, organismes de recherche et entreprises privées. Le problème de la commercialisation est ainsi cadré en termes économiques par ces acteurs et un ensemble de politiques publiques intervenant à différentes échelles (nationale, régionale et européenne) se structurent autour du développement et de la valorisation des « circuits courts » permettant aux producteurs de mieux capter la valeur ajoutée de leur travail en court-circuitant les intermédiaires entre eux et les consommateurs.

Dans un contexte marqué par la territorialisation de l'action publique en agriculture, les collectivités territoriales s'emparent fortement de ces politiques qu'elles cherchent à mettre en œuvre à leur échelle. Les circuits courts apparaissent ainsi fortement gouvernés aux échelles infranationales qui reproblématisent les enjeux associés par le ministère de l'Agriculture à ces modes de commercialisation pour mettre en avant leur dimension territoriale et leur contribution au développement économique local. Ces politiques visant à développer les circuits courts de proximité ont été problématisées, instrumentées et légitimées en dehors des organisations des filières traditionnelles, dont certaines, comme la filière des fruits et légumes, ont malgré tout cherché à peser – avec un succès relatif – sur le cadrage des enjeux et la définition des instruments d'action publique à mettre en œuvre.

De ce point de vue, ces politiques peuvent être considérées comme une régulation trans-industrielle impactant plus ou moins fortement le gouvernement des rapports institués de distribution à l'intérieur de chaque filière, en fonction des compromis stabilisés par les coalitions de cause cherchant à peser sur leur gouvernement. Dans le cas de la filière fruits et légumes, nous avons mis en avant l'existence de trois coalitions de cause vis-à-vis du problème du développement des circuits courts de proximité.

La première, rassemblant les *challengers* du gouvernement de la filière (collectivités territoriales, organisations professionnelles minoritaires, *entrepreneurs-paysans*, voire certains *entrepreneurs traditionnels fragilisés* et les distributeurs ayant axé leurs stratégies entrepreneuriales sur la valorisation de produits majoritairement issus de circuits courts de proximité) cherchait à politiser les enjeux associés à ces modes de commercialisation et à faire valoir leur supériorité économique, sociale, environnementale et morale par rapport aux systèmes conventionnels, incarnés par la grande distribution. Pour eux, ces circuits représentaient une nouvelle voie de gouvernement des rapports institués de distribution et de production (en autorisant la mise en œuvre de logiques productives qualitatives, diversifiées, non standardisées) de la filière.

A l'inverse, la coalition de cause associant les acteurs agricoles (OP, *managers*, organisations professionnelles dominantes) assumant des positions de titulaires au sein du gouvernement de la filière a cherché à dépolitiser les enjeux associés à ces modes de commercialisation, en les construisant comme des marchés de niche devant s'articuler de manière harmonieuse aux autres circuits d'expédition. Pour eux, leur valeur se situait plus sur un plan social, voire politique, qu'économique. Tout en reconnaissant leur intérêt pour certains producteurs et segments de marché (ainsi que pour la légitimité sociale et politique de la filière), le travail institutionnel mené par les acteurs de cette coalition visait à « naturaliser » la domination des circuits d'expédition sur les circuits courts de proximité.

Entre ces deux coalitions de cause, tenantes de deux conceptions antagonistes du développement agricole, nous avons montré qu'une troisième, constituée par la grande majorité des distributeurs, s'intercalait. Cette coalition entretient un rapport ambigu vis-à-vis du développement des circuits courts de proximité, usant tour à tour des stratégies de politisation ou de dépolitisation mises en œuvre par les deux autres. Les distributeurs construisent en effet ces circuits comme des outils politiques au service des agriculteurs français et régionaux mais recourent dans le même temps à des stratégies de dépolitisation proches de celles des *incumbents*. La technicisation des problèmes leur permet de justifier de la marginalité des circuits courts de proximité dans leurs stratégies d'approvisionnement et, ainsi, se déresponsabiliser vis-à-vis d'elle (en reportant notamment ce problème sur les habitudes alimentaires des consommateurs voulant « de tout, tout le temps »).

Cependant, malgré ces oppositions tenant à la place et à l'utilité des circuits courts de proximité du point de vue de l'organisation globale de la filière des fruits et légumes frais, ils participent aujourd'hui à une réinstitutionnalisation des rapports institués de distribution de celle-ci. En effet, les titulaires, comprenant l'intérêt qu'ils représentent socialement et politiquement, cherchent à reprendre la main sur leur développement et leur structuration. Ainsi, certains managers et coopératives développent ces modes de vente (qui ne viennent toutefois pas déstabiliser leurs logiques entrepreneuriales globales, qui demeurent toujours orientées vers les systèmes d'expédition), pour lesquels ils bénéficient en plus, dans le cadre de l'OCM fruits et légumes, de subventions permettant de les mettre en œuvre.

Par ailleurs, on assiste aujourd'hui à des tentatives de « récupération » et de normalisation par les titulaires du gouvernement de la filière de ces démarches impulsées depuis ses marges. Nous avons ainsi pu montrer qu'en Gironde, où la filière apparaissait faiblement organisée, les circuits courts de proximité étaient aujourd'hui envisagés par

certaines de ces titulaires comme de nouvelles manières de redynamiser la filière et de favoriser l'installation de nouveaux agriculteurs (tout en mettant en avant la nécessité de « professionnaliser » ces derniers). Aux échelles nationales et européennes, en revanche, les titulaires sont parvenus à limiter la portée de la désinstitutionnalisation des rapports de distribution opérée par les *challengers*. Le développement de ces circuits ne remet donc pas en question l'organisation générale des débouchés de la filière, mais vient s'ajouter à des ambitions plus générales de développement durable et / ou de développement rural.

Autrement dit, nous sommes parvenus à montrer que si le développement des circuits courts de proximité cristallisait un certain nombre de tensions relatives à la défense de modèles agricoles *a priori* antagonistes, ils n'en étaient pas moins progressivement intégrés aux logiques de gouvernement des rapports institués de la filière. Toutefois, il faut bien le noter, cette intégration ne se fait qu'au prix d'une dépolitisation des enjeux auxquels ils étaient associés et de l'atténuation de la virulence des critiques adressées au modèle d'organisation dominant des rapports institués de production et de distribution. Si la légitimation de ces nouvelles manières de penser et distribuer les fruits et légumes n'a finalement que peu d'impact sur l'organisation des débouchés de la filière, elle pèse en revanche considérablement sur les dynamiques de qualification des produits.

Car c'est peut-être là le tour de force des titulaires du gouvernement de cette filière : sans avoir véritablement fait évoluer leurs manières de distribuer les fruits et légumes – ou alors de manière marginale, en s'approvisionnant auprès de quelques « petits » producteurs « locaux » – ils ont réussi à récupérer la dimension symbolique attachée par les consommateurs aux circuits courts de proximité et à l'imposer comme une nouvelle dynamique de qualification marchande. En effet, distributeurs et producteurs, en particulier ceux dont les modes de distribution reposent principalement sur la mobilisation de circuits d'expédition, intègrent aujourd'hui la valorisation de la proximité (relationnelle et géographique) à leurs stratégies marketing. Ce faisant, ils contribuent à redéfinir les attachements des consommateurs aux produits en les chargeant symboliquement : on ne consomme désormais plus seulement des fruits et légumes, mais des fruits et légumes « locaux » produits par un « petit » producteur, transformant par là des pratiques quotidiennes en actes politiques exprimant la défense et le soutien des agriculteurs « locaux » (en réalité, français) face à la concurrence des produits étrangers.

Qui plus est, nous avons cherché à montrer en quoi l'institutionnalisation de cette qualification marchande valorisant la proximité des produits et des producteurs permettait aux

distributeurs de rendre invisibles d'autres formes de qualification, aux effets potentiellement plus incertains et complexes du point de vue des consommateurs. Ainsi, la construction sociale des produits « locaux » leur permet de reléguer au second plan les questions relatives aux modes de production des fruits et légumes, pour le moins polémiques socialement. Ce registre de qualification, en ce sens, ne remplace pas les autres (renvoyant à une évaluation par les prix, la sensualité, les modes de production pour peu qu'ils soient garantis par un label ou une institution tierce), mais vient au contraire s'y ajouter. On peut ainsi voir dans ces stratégies de qualification valorisant l'origine locale des produits ou les producteurs une complexification des logiques de qualification marchande de la filière, permettant aux titulaires de passer sous silence la question des modes de production de ces produits « locaux ». En politisant la consommation de produits qualifiés comme locaux, ils parviennent à dépolitiser les enjeux associés aux modes de production dominants de la filière en les rendant moins visibles aux yeux des consommateurs.

En fin de compte, nous avons cherché à montrer dans cette thèse comment le gouvernement de la filière des fruits et légumes frais, initialement conçu pour permettre la circulation des produits à travers des espaces géographiques de plus en plus étendus, était aujourd'hui mis à l'épreuve par la stabilisation de nouvelles institutions à partir desquelles les *challengers* cherchaient à redéfinir les formats et modalités d'échanges marchands légitimes. Loin de réduire ce gouvernement à la seule production d'instruments d'action publique, nous avons au contraire insisté sur le caractère composite des acteurs qui y participaient, ainsi que sur l'existence de relations de pouvoir structurantes entre eux. Nous avons ainsi mis en exergue le travail politique exercé par les *challengers* comme par les titulaires du gouvernement de cette filière autour des processus de désinstitutionnalisation et de réinstitutionnalisation des rapports de production et de distribution.

Plus généralement, cette thèse a donc permis de mettre en lumière le travail politique par lequel les acteurs cherchaient à gouverner une filière, et en particulier ses circuits de distribution. Nous avons vu que ce travail avait occupé une place centrale dans la filière des fruits et légumes frais, et ce depuis ses débuts, puisque la définition de l'organisation légitime des circuits de distribution avait suscité de vives oppositions entre des coalitions de cause défendant des intérêts divergents. Ainsi, la distribution marchande des produits d'une filière ou d'une industrie, loin de se réduire à la fiction décrite par les économistes les plus orthodoxes, apparaît comme un processus éminemment politique mettant en jeu des valeurs et des intérêts, à travers lequel des groupes d'acteurs s'affrontent pour le contrôle de la

définition des enjeux et des instruments à mettre en œuvre pour y répondre. Le cas de l'institutionnalisation des circuits courts de proximité au sein de la filière des fruits et légumes représentait en cela un « cas d'école », tant il mettait en jeu des valeurs éthiques, voire même morales, donnant par-là à voir l'importance de la dimension politique dans l'organisation des débouchés d'une filière et la stabilisation de nouvelles dynamiques de qualification.

Les résultats de cette étude de cas ne sont sans doute pas généralisables au gouvernement de l'ensemble des filières agricoles. Néanmoins, ils donnent à voir le travail politique effectué par des coalitions d'acteurs s'affrontant dans la définition des institutions structurant les rapports de production et de distribution d'une filière. A ce titre, ils ouvrent la voie à d'autres études de cas qui porteraient sur les conflits politiques suscités par la promotion de nouvelles manières de vendre des produits agricoles, voire des biens manufacturés, mais aussi de les produire. Car en effet, un des résultats importants de cette thèse est d'avoir cherché à saisir dans un même mouvement le gouvernement des rapports de distribution en lien avec ceux de production. Plutôt que de considérer que ces rapports sont gouvernés par des logiques différentes, nous avons au contraire cherché à montrer tout au long de cette thèse qu'ils étaient saisis ensemble : le gouvernement des rapports de distribution implique de produire certaines institutions spécifiques relatives à des manières de produire pour rendre possible les échanges. Nous avons ainsi montré que les débats relatifs à la promotion de nouveaux marchés et de nouvelles dynamiques de qualification valorisant la proximité géographique suscitaient de vives tensions relatives à la définition des « bonnes manières » de produire ou, au contraire, permettaient de les atténuer. De ce point de vue, nous avons invité le lecteur à considérer la distribution comme un travail politique dont la force des dominants était de parvenir à le rendre invisible, en ayant recours à des registres de naturalisation et d'ahistoricisation des choix politiques effectués.



## BIBLIOGRAPHIE

- AKERLOF G. (1970). « The market for “lemons”: quality uncertainty and the market mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, n°3, p. 488–500
- ALAVOINE-MORNAS F., CAMMAN C. (1998). « Fruits et légumes de terroir : des producteurs face aux attentes des consommateurs et des distributeurs », *Ingénieries – EAT*, n°16, p. 47-59
- ALBALADEJO C., DE SARTRE X.-A., GASSELIN P. (2012). « Agriculture entrepreneuriale et destruction du travail dans la pampa argentine », *Etudes rurales*, vol. 190, n°2, p. 177-192
- ALLAIN M.-L., CHAMBOLLE C. (2003). « Les relations entre la grande distribution et ses fournisseurs : bilan et limites de trente ans de régulations », *Revue française d'économie*, vol. 17, n°4, p. 169 – 212
- ALLAIRE G. (2002). « L'économie de la qualité en ses secteurs, ses territoires et ses mythes », *Géographie, économie et société*, vol. 4, p. 155-180
- ALLAIRE G., DUPEUBLE T. (2003). « De la multifonctionnalité à la multi-évaluation de l'agriculture », *Economie rurale*, n° 275, p. 51-65
- AMEMIYA H., BENEZECH D., RENAULT M. (2008). « Les circuits courts, un “monde de commercialisation” interpersonnel ? », in MARECHAL G., *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Educagri Editions, Dijon, p. 113-123
- AMEMIYA H. (dir.) (2011). *Du Teikei aux AMAP. Le renouveau de la vente directe de produits fermiers locaux*, Presses universitaires de Rennes, Rennes
- ANDRE J. (1954). « Le ravitaillement en fruits de l'agglomération parisienne », *L'information géographique*, vol. 18, n° 3, p. 93 – 100
- ANSALONI M. (2013). « La fabrique du consensus politique. Le débat sur la politique agricole commune et ses rapports à l'environnement en Europe », *Revue française de science politique*, vol. 63, n°5, p. 917-937
- ASPERS P. (2009). « Knowledge and Valuation in Markets », *Theory & Society*, vol. 38, n° 2, p. 111-131
- AUBERT M., ENJOLRAS G. (2013). « Déterminants de la commercialisation en circuit court : quels exploitants, sur quelles exploitations ? », *7èmes journées de recherche en sciences sociales INRA SFER CIRAD*, Angers

- AUBREE P., BON N., HERAULT C., LANCIANO E. (2010) « Diversité des logiques de travail dans les exploitations maraîchères en circuits courts », *4èmes journées de recherche en Sciences sociales, INRA SFER CIRAD*, Rennes
- AUBRY C., CHIFFOLEAU Y. (2009). « Le développement des circuits courts et de l'agriculture périurbaine : histoire, évolution en cours et questions actuelles », *Innovations agronomiques*, vol. 5, p. 53-67
- BAKER K.E. (2011). « Understanding the local food phenomenon: Academic discourse, analytical concepts, and an investigation of local food initiatives », *Explorations in Anthropology*, vol. 11, n°1, p. 3-24
- BALARESQUE D. (1973). *Contribution à l'étude des circuits hors marché dans le secteur des fruits en Aquitaine*, Thèse en vue du doctorat de spécialité (Economie et administration des entreprises, Université Bordeaux I, Bordeaux
- BANNEROT H. (1986). « L'évolution de l'amélioration des variétés de légumes », in MANGENOT F., *La diversité des plantes : hier, aujourd'hui et demain*, Actes du symposium d'Angers (17-19 octobre 1985), Publications du bureau des ressources génétiques, Paris, p. 53-63
- BARREY S., COCHOY F., DUBUISSON-QUELLIER S. (2000). « Designer, packager et merchandiser : trois professionnels pour une même scène marchande », *Sociologie du travail*, vol. 42, n°3, p. 457-482
- BARRIELLE A. (1967). « Essai d'analyse des circuits d'approvisionnement du marché central des fruits et légumes de la ville de Marseille en 1964 », *Méditerranée*, vol. 8, n°2, p. 163-183
- BECKERT J. (2003). « Economic Sociology and Embeddedness: How Shall We Conceptualize Economic Action? », *Journal of Economic Issues*, vol. 37, n°3, p. 769-787
- BELHOMME H. (1964). « Où en est la constitution des groupements de producteurs et des comités économiques agricoles dans le domaine de la viande ? », *Economie rurale*, n°60, p. 45-52
- BELLON S., SAINTE MARIE (DE) C., LAURI P.-E., NAVARETTE M., NESME T., PLENET D., PLUVINAGE J., HABIB R. (2006). « La production fruitière intégrée en France : le vert est-il dans le fruit ? », *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n°53, p. 5-18
- BENEZECH D. (2007). « Les ressorts de l'échange de produits alimentaires différenciés : de l'information à la confiance », in AMEMIYA H. (dir.), *L'agriculture participative*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, p. 137-149
- BERARD L., MARCHENAY P. (1995). « Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir », *Terrain*, n°24, p. 153-164

- BERGMANN D. (1960). « Tour d'horizon sur les problèmes de commercialisation des produits agricoles », *Economie rurale*, n°44, p. 3-9
- BERNARD DE RAYMOND A. (2007). *Maximes empiriques de l'activité économique. Le marché des fruits et légumes en France (1936-2006)*, Thèse de doctorat en sociologie, ENS Cachan, Paris
- BERNARD DE RAYMOND A. (2010). « Dispositifs d'intermédiation marchande et politique des marchés. La modernisation du marché des fruits et légumes en France, 1950-1980 », *Sociologie du travail*, vol. 52, n°1, p. 1-20
- BERNARD DE RAYMOND A. (2013). *En toute saison. Le marché des fruits et légumes en France*, PUR, Rennes
- BERNARD DE RAYMOND A., CHAUVIN P.-M. (2014). *Sociologie économique. Histoire et courants contemporains*, Armand Colin, Paris, 190 p.
- BERRIET-SOLLIEC M. (2002). « Décentralisation et politique agricole en France », *Economie rurale*, n°268-269, p. 54-67
- BERRIET-SOLLIEC M., DEPRES C., TROUVE A. (2005). « La territorialisation de la politique agricole en France : vers un renouvellement de l'intervention publique en agriculture ? », *Working papers INRA-ENESAD UMR-CESAER*, n°6, p. 1-14
- BERRIET-SOLLIEC M., SCHMITT B., TROUVE A., AUBERT F. (2009). « Deuxième pilier de la PAC et développement rural : le RDR est-il vraiment rural ? », in AUBERT F. (dir.), *Politiques agricoles et territoires*, Editions Quae, Paris, p. 165-182
- BERRIET-SOLLIEC M., TROUVE A. (2010). « Chapitre 13 / La Politique Agricole Commune est-elle territoriale ? », in HERVIEU B., *Les mondes agricoles en politique*, Presses de Sciences Po, p. 397-413
- BERRIET-SOLLIEC M., TROUVE A. (2013). « Développement des territoires de projet. Quels enjeux pour les politiques de développement rural ? », *Economie rurale*, vol. 335, n°3, p. 6-18
- BESSY C., DELPEUCH T., PELISSE J. (dir.) (2011). *Droit et régulations des activités économiques : perspectives sociologiques et institutionnalistes*, Lextenso Editions, Paris
- BEZES P., LE LIDEC P. (2010). « L'hybridation du modèle territorial français. RGPP et réorganisation de l'Etat territorial », *Revue française d'administration publique*, n°136, p. 912-942.
- BLANC J. (2012). « Construire l'alternative agro-alimentaire : Ressorts sociaux et politiques du déploiement des Amap en Ile-de-France », *Noroi*, vol. 224, n°3, p. 21-34
- BONNEFOY S., BRAND C. (2014). « Régulation politique et territorialisation du fait alimentaire : de l'agriculture à l'agri-alimentaire », *Géocarrefour*, vol. 89, n°1-3, p. 95-103

- BONNIEUX F. (1986). « Approche économique de l'intensification », *Economie rurale*, n°171, p. 9-15
- BONNIEUX F. (2009). « Bilan critique de la politique agri-environnementale et perspectives d'évolution », in AUBERT F. (dir.), *op. cit.*, p. 141-164
- BORN B., PURCELL M. (2006). « Avoiding the Local Trap: Scale and Food Systems in Planning Research », *Journal of Planning Education and Research*, n°26, p. 195-207
- BOUBA-OLGA O., GROSSETTI M. (2008). « Socio-économie de proximité », *Revue d'économie régionale & urbaine*, n°3, p. 311-328
- BOURDIEU P. (1994). *Raisons pratiques : Sur la théorie de l'action*, Editions Seuil, Paris
- BOURDIEU P. (2000). *Les structures sociales de l'économie*, Editions Seuil, Paris
- BRECHET J.-P., SCHIEB-BIENFAIT N. (2006). « Projets et pouvoirs dans les régulations concurrentielles. La question de la morphogenèse d'une filière d'agriculture biologique », *Revue d'économie industrielle*, vol. 113, n°1, p. 9-29
- BRESSOUD F. (2009). « Produire des tomates pour des circuits courts. Vers de nouveaux critères d'évaluation variétale », *Résultats des recherches du département INRA/SAD*, vol. 29, p. 1-4
- BRESSOUD F., PARES L. (2010). « Quelles références pour une production de légumes de territoire ? », in MUCHNIK J., DE SAINTE MARIE C. (dir.). *Le Temps des Syal*, Editions Quae, p. 211-228
- BROWN C., MILLER S. (2008). « The Impacts of Local Markets : A Review of Research on Farmer's Markets and Communities Supported Agriculture (CSA) », *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 90, n°5, p. 1296-1302
- BUTAULT J.-P., GOHIN A., GUYOMARD H. (2004). « Des repères historiques sur l'évolution de la politique agricole commune », in BUTAULT J.-P. (dir.) *Les soutiens à l'agriculture*, Editions Quae, Paris, p. 85-118
- CALLON M., MEADEL C., RABEHARISOA V. (2000). « L'économie des qualités », *Politix*, vol. 13, n°52, p. 211-239
- CALLON M., MUNIESA F. (2003). « Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calcul », *Réseaux*, vol. 122, n°6, p. 189-233
- CAPT D., LEPICIER D., LESEIGNEUR A. (2014). « Le rôle des territoires de projet infrarégionaux sur l'agriculture et l'alimentation. Le cas du développement des circuits de proximité », *Géocarrefour*, vol. 89, n°1-3, p. 105-113

- CARTER C., CAZALS C. (2014). « The EU's government of aquaculture: completeness unwanted », in JULLIEN B., SMITH A. (dir.), *The EU's Government of Industries: Omnipresent, Incomplete and Depoliticized*, Routledge, London, p. 98-128
- CARTER C., CAZALS C., HILDEMEIR J. (2014). « Sustainable Development policy: “Competitiveness” in all but name », in JULLIEN B., SMITH A. (dir.), *op. cit.*, London, p. 184-213
- CARTER C., SMITH A. (2008). « Revitalizing public policy approaches to the EU: ‘territorial institutionalism’, fisheries and wine », *Journal of European Public Policy*, vol. 15, n°2, p. 263-281
- CAVARD-VIBERT P. (2014). « Le comportement du consommateur dans ses achats de fruits et légumes. Lieux d’achat / modes de vente », *Baromètre 2013*, Editions Ctifl, Paris
- CHAFFOTTE L., CHIFFOLEAU Y. (2007). « Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions et typologie », *Les Cahiers de l’Observatoire CROC (Compétences Réseaux Observatoire Communication)*, n°1
- CHANTELAT P., VIGNAL B. (2002). « L’intermédiation du marché de l’occasion. Echange marchand, confiance et interactions sociales », *Sociologie du travail*, vol. 44, n°3, p. 315-336
- CHAUVIN P.-M. (2010). *Le marché des réputations. Une sociologie du marché des vins de Bordeaux*, Editions Féret, Bordeaux
- CHAUVIN P.-M. (2011a). « Architecture des prix et morphologie sociale du marché », *Revue française de sociologie*, vol. 52, n° 2, p. 277-309
- CHAUVIN P.-M. (2011b). « Extension du domaine de la note. Robert Parker comme saillance du marché des grands vins de Bordeaux », in FRANCOIS P. (dir.), *Vie et mort des institutions marchandes*, p. 79-107
- CHAUVIN P.-M. (dir.) (2014). *Dictionnaire sociologique de l’entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po, Paris
- CHAUVIN P.-M., GROSSETTI M., ZALIO P.-P. (2014). « Introduction », in CHAUVIN P.-M. (dir.), *op. cit.*, p. 11-32
- CHEVALLIER M., DELLIER J., PLUMECOQ G., RICHARD F., 2014 – « Dynamiques et structuration des circuits courts agroalimentaires en Limousin : distance institutionnelle, proximités spatiale et relationnelle », *Géographie, Economie, Société*, vol. 16, pp. 339-362
- CHIFFOLEAU Y. (2008). « Les circuits courts de commercialisation en agriculture : diversité et enjeux pour le développement durable », in MARECHAL G., *op. cit.*, p. 21-30
- CHIFFOLEAU Y. (2009). « From politics to Co-operation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains », *Sociologica Ruralis*, vol. 49, n°3, p. 218-235

- CHIFFOLEAU Y. (2012). « Circuits courts alimentaires, dynamiques relationnelles et lutte contre l'exclusion en agriculture », *Economie rurale*, vol. 332, p. 88-101
- CHIFFOLEAU Y., PREVOST B. (2012). « Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires », *Norois*, vol. 224, n° 3, p. 7-20
- COCHOY F. (dir.) (2012). *Du lien marchand. Comment le marché fait société*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse
- COCHOY F., DUBUISSON-QUELLIER S. (2000). « Introduction. Les professionnels du marché : vers une sociologie du travail marchand », *Sociologie du travail*, vol. 42, n°3, p. 359-368
- CODRON J.-M. (1992). « L'hémisphère sud et la mondialisation des échanges de fruits tempérés », in LAURET F. (dir.), *Les fruits et légumes dans les économies méditerranéennes : actes du colloque de Chania*, CIHEAM, Montpellier, p. 45-64
- CODRON J.-M., STERNS J., VERNIN X. (2002). *Grande distribution et agriculture raisonnée dans la filière fruits et légumes frais*, INRA UMR MOISA, Montpellier
- CODRON J.-M., GIRAUD-HERAUD E., SOLER L.-G. (2005). « Nouvelles stratégies de la grande distribution dans le secteur alimentaire », *Revue française de marketing*, vol. 203, n°3, p. 83-94
- CORONEL C., LIAGRE L., (2006). *Les interprofessions agroalimentaires en France, Note de synthèse*, Ministère Français des Affaires Etrangères – DGCID DCT/EPS, IRAM / REDEV, Paris
- DABITCH C. (2005). *Les Capucins : géographie du ventre*, Editions Le cycliste, Bordeaux
- DALLERY T., ELOIRE F., MEMIES J. (2010). « L'incertitude au cœur des marchés concrets. Confrontation entre théorie post-keynésienne et sociologie économique structurale », *Innovations*, vol. 31, n°1, p. 131-156
- DEBRIL T. (2000). « Mareyage et grande distribution : une double médiation sur le marché du poisson », *Sociologie du travail*, vol. 42, n°3, p. 433-455
- DEBRIL T. (2005). « La dynamique de la qualification dans l'échange marchand ? Le cas d'une filière ostréicole », *Economie rurale*, n°286-287, p. 44-56
- DELEAGE E. (2011). « Les mouvements agricoles alternatifs », *Informations sociales*, vol. 164, n°2, p. 44-50
- DENECHERE F., DURAND G., MARECHAL G. (2008). « Systèmes alimentaires territorialisés : les circuits courts comme vecteur de développement territorial », in MARECHAL G., *op. cit.*, p. 161-174

- DEVERRE C., SAINTE MARIE (DE) C. (2008). « L'écologisation de la politique agricole européenne. Verdissement ou refondation des systèmes agro-alimentaires ? », *Revue d'études en agriculture et environnement*, vol. 89, n°4, p.83-104
- DEVERRE C., LAMINE C. (2010). « Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales », *Economie rurale*, n°317, p. 57-73
- DONDEYNE C. (2012). « La vente directe en bio dans le Finistère. L'émergence d'une régulation professionnelle », *Terrains et travaux*, vol. 21, n°2, p. 181-198
- DUBUISSON-QUELLIER S. (2002). « Qualités de produit et figures du consommateur », *Sciences de la société*, n°56, p. 79-96
- DUBUISSON-QUELLIER S. (2003). « Confiance et qualité des produits agroalimentaires : une approche par la sociologie des relations marchandes », *Sociologie du travail*, vol. 45, n°1, p. 95-111
- DUBUISSON-QUELLIER S. (2006). « De la routine à la délibération. Les arbitrages des consommateurs en situation d'achat », *Réseaux*, vol. 135-136, n°1, p. 253-284
- DUBUISSON-QUELLIER S. (dir.) (2016). *Gouverner les conduites*, Presses de Sciences Po, Paris
- DUBUISSON-QUELLIER S., GIRAUD C. (2010) « Chapitre 4 / Les agriculteurs entre clôtures et passerelles », in HERVIEU B. *op. cit.*, p. 111-130
- DUBUISSON-QUELLIER S., LAMINE C. (2004). « Faire le marché autrement. L'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs », *Sciences de la société*, n°62, p. 144-167
- DUFOUR A., BERNARD C., ANGELUCCI M.-A. (2003). « Reconstruction des identités professionnelles autour de la multifonctionnalité de l'agriculture. L'exemple des Coteaux du Lyonnais », *Ruralia*, n°12-13, p. 1-18
- DUFOUR A., HERAULT-FOURNIER C., LANCIANO E., PENNEC N. (2010). « L'herbe est-elle plus verte dans le panier ? Satisfaction au travail et intégration professionnelle de maraîchers qui commercialisent sous forme de paniers », *Colloque national circuits courts alimentaires. Etats des lieux de la recherche*, Paris, p. 1-14
- DUFOUR A., LANCIANO E. (2012a). « Diversité des trajectoires en maraîchage », in PRIGENT-SIMONIN H. et HERAULT-FOURNIER C. (dir.), *Au plus près de l'assiette, pérenniser les circuits courts alimentaires*, Editions Quae, Paris, p. 103-116
- DUFOUR A., LANCIANO E. (2012b). « Les circuits courts de commercialisation : un retour de l'acteur paysan ? », *Revue française de socio-économie*, vol. 9, n°1, p. 153 – 169

- DUMAIN A., MAURINES B. (2012). « Métisser les manières de gouverner », in PRIGENT-SIMONIN H. et HERAULT-FOURNIER C. (dir.), *op. cit.*, p. 215-232
- DUPEUBLE T., ALLAIRE G. (2003). « De la multifonctionnalité à la multi-évaluation de l'activité agricole », *Economie rurale*, vol. 275, n°275, p. 51-65
- DURKHEIM E. (1894). *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Payot (réédition 2009)
- ELOIRE F. (2010). « Une approche sociologique de la concurrence sur un marché. Le cas des restaurateurs lillois », *Revue française de sociologie*, vol. 51, n° 3, p. 481-517
- EMLINGER C. (2008). *Accords euro-méditerranéens et libéralisation des marchés agricoles : quel accès au marché européen pour les fruits et légumes des pays méditerranéens ?* Thèse de doctorat en Agro-économie, Montpellier SupAgro, Montpellier
- EYMARD-DUVERNAY F. (1989). « Conventions de qualité et formes de coordination », *Revue économique*, vol. 40, n°2, p. 329-360
- EYMARD-DUVERNAY F. (1993). « La négociation de la qualité », *Economie rurale*, n°217, p. 12-17
- EYMARD-DUVERNAY F. (2006). *L'économie des conventions, méthodes et résultats*, La découverte, Paris
- FABREGUES (DE) J.-M. (1964). « Etat actuel des groupements de producteurs », *Économie rurale*, n°60, p. 79-83
- FASSEL V. (2008). « Les ventes à la restauration collective : consommer local et biologique », in MARECHAL G., *op. cit.*, p. 77-92
- FAURE A., NEGRIER E. (2007). *Les politiques publiques à l'épreuve de l'action locale : Critiques de la territorialisation*, L'Harmattan, Paris
- FEL A. (1984). « L'agriculture française en mouvement », *Annales de géographie*, vol. 93, n°517, p. 303-325
- FLIGSTEIN N. (1996). « Markets as politics : a political-cultural approach to market institutions », *American Sociological Review*, vol. 61, n°4, p. 656-673
- FLIGSTEIN N. (2001a). *The architecture of markets. An economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*, Princeton University Press, Princeton, 275 p.
- FLIGSTEIN N. (2001b). « Le mythe du marché », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 139, n°4, p. 3-12
- FLIGSTEIN N., STONE SWEET A. (2002). « Constructing politics and markets: An institutionalist account of European integration », *The American Journal of Sociology*, vol. 107, n°5, p. 1206-1243

- FONTGUYON (DE) G., GIRAUD-HERAUD E., ROUACHED L., SOLER L.-G. (2003). « Qualité des produits alimentaires et marques de filières », *Sociologie du travail*, vol. 45, n°1, p. 77-94
- FOUILLEUX E. (2000). « Entre production et institutionnalisation des idées. La réforme de la Politique Agricole Commune », *Revue française de science politique*, vol. 50, n. 2, p. 277-306
- FOUILLEUX E. (2003). *La politique agricole commune et ses réformes : une politique européenne à l'épreuve de la globalisation*, L'Harmattan, Paris
- FOUILLEUX E. (2008). « Chapitre 4. Les politiques agricoles et alimentaires », in BORRAZ O., GUIRAUDON V. (dir.) *Politiques publiques 1 : La France dans la gouvernance européenne*, Presses de Sciences Po, Paris, p. 113-146
- FOUILLEUX E. (2010). « Chapitre 12 / Standards volontaires, Entre internationalisation et privatisation des politiques agricoles », in HERVIEU B., *op. cit.*, p. 371-396
- FRANCOIS P. (2008). *Sociologie des marchés*, Arman Colin, Paris
- FRANCOIS P. (dir.) (2011). *Vie et mort des institutions marchandes*, Presses de Sciences po, Paris
- FRANCOIS P. (2011). « Puissance et genèse des institutions. Un cadre analytique », in FRANCOIS P. (dir.), *op. cit.*, p. 39-78
- FRANCOIS P., DUBUISSON-QUELLIER S. (2011). « Institutions économiques et institutions marchandes. Nature, puissance et genèse », in FRANCOIS P. (dir.), *op. cit.*, p. 11-38
- FROMENTIN G. (1986). *L'évolution des modèles de consommation alimentaire en France*, Centre de recherche sur la culture technique, Neuilly-sur-Seine
- GAIGNE C., CAPT D., FAGUER E., FRAPPIER L., HILAL M., HOVELAQUE V., LE COTTY T., PARROT L., SCHMITT B., SOULARD C. (2011). « Urbanisation et durabilité des systèmes alimentaires », in ESNOUF C. (dir.), *Pour une alimentation durable*, Editions Quae, Paris, p. 123-142
- GARCIA-PARPET M.-F. (1986). « La construction sociale d'un marché parfait. Le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 65, p. 2-13
- GAYON V., LEMOINE B. (2014). « Maintenir l'ordre économique. Politiques de désencastrement et de réencastrement de l'économie », *Politix*, vol. 105, n°1, p. 7-35
- GERVAIS M. (1972). « L'économie agricole française : 1955-1970 », in TAVERNIER Y. (dir.) *L'univers politique des paysans dans la France contemporaine*, Presses de Sciences Po, Paris, p. 1-39
- GILBERT C., HENRY E. (2012). « La définition des problèmes publics : entre publicité et discrétion », *Revue française de sociologie*, vol. 53, n° 1, p. 35-59

- GOISQUE V. (1988). *La filière des fruits et légumes en Aquitaine*, Mémoire de recherche, IEP Bordeaux, Bordeaux
- GOODMAN D. (2004). « Rural European Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change », *Sociologica Ruralis*, vol. 44, n°1, p. 3-16
- GOULET F., VINCK D. (2012). « L'innovation par retrait. Contribution à une sociologie du détachement », *Revue française de sociologie*, vol. 53, n°2, p. 195-224
- GRANOVETTER M. (1985). « Economic action and social structure : the problem of embeddedness », *The American Journal of Sociology*, vol. 91, n°3, p. 481-510
- GRANOVETTER M. (2003). « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs (traduction d'Ashveen Peerbaye et Pierre-Paul Zalio) », *Terrains et travaux*, vol. 4, n°3, p. 167-206
- GROSSE M. (1979). « Recherche sur une filière agroalimentaire : le cas des fruits et légumes frais », *Annales de géographie*, vol. 88, n° 485, p. 65-84
- GUIBERT M., SILI M., ARBELETCHÉ P., PINEIRO D., GROSSO S. (2011). « Les nouvelles formes d'agriculture entrepreneuriale en Argentine et en Uruguay », *Economies et sociétés*, vol. 45, n°10, p. 1807-1825
- GUIOMAR X. (2011). « Les collectivités locales à la recherche d'une agriculture de proximité », *Pour*, vol. 209-2010, n°2, p. 169-183
- HAAS P.M. (1992). « Introduction: Epistemic communities and international policy coordination », *International Organization*, vol. 46, n°1, p. 1-35
- HALL P.A., TAYLOR R. (1997). « La science politique et les trois néo-institutionnalismes », *Revue française de science politique*, vol. 47, n°3-4, p. 469-496
- HALL P.A., SOSKICE D. (2001). *Varieties of capitalism. The institutional foundations of comparative advantage*, Oxford, Oxford University Press
- HATCHUEL A. (1995). « Les marchés à prescripteurs. Crise de l'échange et genèse sociale », in JACOB A., VERIN H. (dir.), *L'inscription sociale du marché*, L'Harmattan, Paris, p. 205-225
- HERAULT-FOURNIER C., MERLE A., PRIGENT-SIMONIN A. (2012). « Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire ? », *Revue Management & Avenir*, vol. 53, n°3, pp. 16-33
- HELGESSION C.-F., MUNIESA F. (2013). « For What It's Worth: An Introduction to Valuation Studies », *Valuation Studies*, vol. 1, n°1, p. 1-10
- HEUTS F., MOL A. (2013). « What is a good tomato ? A case of valuing in practice », *Valuation Studies*, vol. 1, n°2, p. 125-146

- HINRICHS C.C. (2000). « Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural markets », *Journal of rural studies*, n°16, p. 295-303
- HY M., NICOLAS F. (1983). « Pour une définition des commerces et des marchés alimentaires », *Economie rurale*, n°154, p. 35-43
- JEANNEQUIN B., DOSBA F., PLUVINAGE J. (2009). « La filière fruits et légumes, évolutions récentes et enjeux actuels de la qualité », *Innovations agronomiques*, n°9, p. 1-14
- JOBERT B., MULLER P. (1987). *L'Etat en action. Politiques publiques et corporatismes*, Presses Universitaires de France, Paris
- JOLY P.-B., PARADEISE C. (2003). « Agriculture et alimentation : nouveaux problèmes, nouvelles questions », *Sociologie du travail*, vol. 45, n°1, p. 1-8
- JULLIEN B., LUNG Y. (2011). *L'Automobile à la croisée des chemins*, La Documentation française, Paris
- JULLIEN B., SMITH A. (2008). « L'union européenne et la régulation des industries : vers une sociologie politique de l'économie », *Politique européenne*, vol. 25, n°2, p. 137-159
- JULLIEN B., SMITH A. (2012). « Le gouvernement d'une industrie. Vers une économie politique institutionnaliste renouvelée », *Gouvernement et action publique*, vol. 1, n°1, p. 103-123
- JULLIEN B., SMITH A. (dir.) (2014). *The EU's Government of Industries: Omnipresent, Incomplete and Depoliticized*, Routledge, London
- KARPIK L. (2007). *L'économie des singularités*, Gallimard, Paris
- KEBIR L., TORRE A. (2013). « Geographical proximity and new short supply food chains », in LAZZERETTI L. (dir.), *Creative Industries and Innovation in Europe, Concepts, Measures, and Comparative Case Studies*, Routledge, New York, p. 193-211
- KIRWAN J. (2004). « Alternative Strategies in the UK Agro-Food Sector: Interrogating the Alterity of Farmers' Market », *Sociologica Ruralis*, vol. 44, n°4, p. 395-415
- LAGROYE J. (2003). *La politisation*, Belin, Paris
- LAGROYE J., FRANCOIS B., SAWICKI F. (2006). *Sociologie politique*, Editions Sirey, Paris
- LAMINE C. (2005). « Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships between Producers and Consumers », *Sociologica Ruralis*, vol. 45, n°4, p. 324-345
- LAMINE C., MEYNARD J.-M., PERROT N., BELLON S. (2009). « Analyse des formes de transition vers des agricultures plus écologiques : les cas de l'Agriculture biologique et de la Protection intégrée », *Innovations agronomiques*, n°4, p. 483-493
- LAMINE C., PERROT N. (2008). *Les Amap : Un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs ?*, Editions Yves Michel, Paris

- LANCIANO E., POISSON M., SALEILLES S. (2012). « Un foisonnement de profils et de démarches », in PRIGENT-SIMONIN H. et HERAULT-FOURNIER C., *op. cit.*, p. 85-102
- LANDAIS E. (1998). « Agriculture durable : les fondements d'un nouveau contrat social ? », *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n°33, p. 5-22
- LASCOUMES P., LE GALES P. (2005). *Gouverner par les instruments*, Presses de Sciences Po, Paris
- LAWRENCE T., SUDDABY R. (2006). « Institutions and institutional work », in CLEGG S.R., HARDY C., LAWRENCE T., NORD W.R. (dir.). *Sage Handbook of Organization Studies*, London, Sage, p. 215-254
- LE GALES P. (1995). « Les réseaux d'action publique entre outil passe-partout et théorie de moyenne portée », in LE GALES P., THATCHER M., (dir.), *Les réseaux de politique publique. Débat autour des policy networks*, L'Harmattan, Paris, p. 13-28
- LE PAPE Y., SMITH A. (1999). « Regionalization and agricultures: Rhône-Alpes and Pays de la Loire compared », *Regional and Federal Studies*, vol. 9, n°2, p. 16-31
- LE VELLY R. (2006). « Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché », *Revue française de sociologie*, vol. 47, n°2, p. 319-340
- LE VELLY R. (2008). « Karl Polanyi, la nouvelle sociologie économique et les forces du marché », *Revue Interventions économiques* [En ligne], n°38, 13 p.
- LE VELLY R. (2011). « Si loin, si proches : la difficile association entre circuits courts et commerce équitable », *Tiers Monde*, vol. 207, n°3, p. 133-149
- LE VELLY R., BRECHET J.-P. (2011). « Le marché comme rencontre d'activités de régulation. Initiatives et innovations dans l'approvisionnement bio et local de la restauration collective », *Sociologie du travail*, vol. 53, n°4, p. 478-492
- LE VELLY R., DUBUISSON-QUELLIER S. (2008). « Les circuits courts entre alternative et hybridation », in MARECHAL G., *op. cit.*, p.105-112
- LEGER F., VOLLET D., URBANO G. (2006). « Le contrat territorial d'exploitation : la rencontre difficile d'un instrument à vocation territoriale et de la tradition sectorielle de la politique agricole française », *Revue internationale des sciences administratives*, vol. 72, n°3, p. 405-419
- LEMERY B. (2003). « Les agriculteurs dans la fabrique d'une nouvelle agriculture », *Sociologie du travail*, vol. 45, n°1, p. 9-25
- LEMOINE B. (2016). *L'ordre de la dette. Enquête sur les infortunes de l'Etat et la prospérité du marché*, La découverte, Paris
- LOUSTAU P. (1982). *La pomme de table en France*, Paris, Ctifl

- MAGRINI M.-B., FARES M., FILIPPI M. (2011). « La signalisation de la qualité chez les petites coopératives agricoles françaises », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°4, pp. 705-733
- MAINIE P. (1963). « La croissance des groupements de vente : l'exemple des fruits et légumes », *Economie rurale*, n°55, p. 3-43
- MALLARD A. (2007). « La pluralité des rapports au marché dans les très petites entreprises : une approche typologique », *Economie et Statistique*, n°407, p. 51-71
- MALLARD A. (2011). *Petit dans le marché. Une sociologie de la Très Petite Entreprise*, Presses des Mines, Paris, 264 p.
- MARECHAL G., *op. cit.*, Educagri Editions, Dijon
- MARSDEN T., BANKS J., BRISTOW G. (2000). « Food supply chains approaches: exploring their role in rural development », *Sociologica Ruralis*, vol. 40, n°4, p. 424-438
- MAUSS M., FAUCONNET P. (1901).
- MEIJERINK S. (2005). « Understanding policy stability and change. The interplay of advocacy coalitions and epistemic communities, windows of opportunity, and Dutch coastal flooding policy », *Journal of European Public Policy*, vol. 12, n°6, p. 1060-1077
- MENDRAS H. (1967). *La fin des paysans : innovations et changement dans l'agriculture française*, Futuribles, Paris
- MERLE A., PIOTROWSKI M. (2012). « Consommer des produits alimentaires locaux : Comment et pourquoi ? », *Décisions marketing*, n° 67, 26 p.
- MINVIELLE P., CONSALES J.-N., DALIGAUX J. (2011). « Région PACA : le système Amap, l'émergence d'un SYAL métropolitain », *Economie rurale*, n°322, p. 50-63
- MORMONT M. (1996). « Agriculture et environnement : pour une sociologie des dispositifs », *Economie rurale*, n°236, p. 28-36
- MUCHNIK J., REQUIER-DESJARDINS D., SAUTIER D., TOUZARD J.-M. (2007). « Systèmes agroalimentaires localisés », *Economies et sociétés*, n° 29, p. 1465-1484
- MUCHNIK J., SANZ CANADA J., TORRES SALCIDO G. (2008). « Systèmes agroalimentaires localisés : état des recherches et perspectives », *Cahiers Agricultures*, vol. 17, n° 6, p. 513-519
- MULLER C. (1972). « Les marchés de gros de consommation de fruits et légumes en Normandie », *Norois*, n°73, p. 47-65
- MULLER P. (1984). *Le technocrate et le paysan*, Economie et humanisme, les éditions ouvrières, Paris

- MULLER P. (1990). « Les politiques publiques entre secteurs et territoires », *Politiques et Management Public*, vol. 8, n°3, p. 19-33
- MULLER P. (1992). « Entre le local et l'Europe. La crise du modèle français de politique publique », *Revue française de science politique*, vol. 42, n°2, p. 275-297
- MULLER P. (2000). « La politique agricole française : l'Etat et les organisations professionnelles », *Economie rurale*, n° 255-256, p. 33-39
- MULLER P. (2002). « L'analyse cognitive des politiques publiques. Vers une sociologie politique de l'action publique », *Revue française de science politique*, vol. 50, n°2, p. 189-208
- MULLER P. (2009). « Le basculement du regard. La question de "l'entrepreneur rural" », *Etudes rurales*, vol. 183, n°1, p. 101-112
- MULLER P. (2011). *Les politiques publiques*, PUF, Paris
- MULLER P. (2015). *La société de l'efficacité globale. Comment les sociétés modernes se pensent et agissent sur elles-mêmes*, PUF, Paris
- MULLER P., FAURE A., GERBAUX F. (1989). *Les entrepreneurs ruraux. Agriculteurs, artisans, commerçants, élus locaux*, L'Harmattan, Paris
- MUNDLER P. (2007). « Les Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité », *Ruralia*, n°20, p. 2-20
- MURDOCH J., MIELE M. (1999). « Back to nature: Changing "worlds of production" in agro-food sector », *Sociologica Ruralis*, vol. 39, n°4, p. 465-483
- NAVES P. (2016). « L'encadrement des circuits courts. Du secteur agricole aux territoires ? », *Economie rurale*, n° 355, p. 3-19
- NGUYEN G., PURSEIGLE F. (2012). « Les exploitations agricoles à l'épreuve de la firme. L'exemple de la Camargue », *Etudes rurales*, vol. 190, n°2, p. 99-118
- NICOLAS P. (1980). « Organisation coopérative et recours des producteurs aux marchés agricoles traditionnels », *Etudes rurales*, n°78-80, p. 91-98
- OLIVEIRO M. (1952). « Les cultures maraîchères de la banlieue nantaise », *Annales de Bretagne*, vol. 59, n°2, p. 272-283
- OLIVIER F. (2012). « Le renouveau du paysage institutionnel », in PRIGENT-SIMONIN H. et HERAULT-FOURNIER C. (dir.), *op. cit.*, p. 199-213
- OLIVIER-SALMAGNAC V., LEGAGNEUX B. (2012). « L'agriculture de firme : un fait émergent dans le contexte agricole français ? », *Etudes rurales*, vol. 190, n°2, p. 77-97
- OLIVIER V., COQUARD D. (2010). « Les Amap : une alternative socio-économique pour de petits producteurs locaux ? », *Economie rurale*, n°318-319, p. 20-34
- ORLEAN A. (1994). *Analyse économique des conventions*, PUF, Paris

- PACITTO J.-C., JULIEN P.-A. (2006). « Le marketing est-il soluble dans la très petite entreprise ? », *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 19, n°3-4, p. 70-110
- PARANTHOËN J.-B. (2015). « L'incursion des scientifiques dans l'organisation des marchés agricoles », *Politix*, vol. 111, n°3, p. 119-140
- PERVANÇHON F., BLOUET A. (2002). « Deux qualificatifs à concilier en agriculture : raisonné et intégré », *Cahiers Agricultures*, vol. 11, n°2, p. 151-157
- PHILOUZE J. (1986). « Evolution et situation variétale actuelle chez la tomate », in MANGENOT F., *op. cit.*, p. 33-42
- PINGAULT N. (2004). « La multifonctionnalité : caractéristique ou objectif pour l'agriculture ? », in DELORME H., *La politique agricole commune*, Presses de Sciences Po, Paris, p. 45-72
- PODOLNY J.M. (1993). « A status-based model of market competition », *The American Journal of Sociology*, vol. 98, n°4, p. 829-872
- POISSON M., SALEILLES S. (2012). « Déterminants et processus d'émergence des systèmes agroalimentaires localisés alternatifs », *Economies et Sociétés*, n°10/11, p. 2077-2096
- POITEVIN J. (1969). « Petit dossier rétrospectif de l'agriculture française », *Economie rurale*, n°79-80, p. 101-128
- POULOT M. (2012). « Vous avez dit "locavore" ? De l'invention du locavorisme aux Etats-Unis », *Pour*, vol. 215-216, n°3, p. 349-354
- PRALY C. (2010). *Nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture : le cas de l'arboriculture dans la moyenne vallée du Rhône*, Thèse de doctorat en géographie, aménagement et urbanisme, Lyon 2, Lyon
- PRALY C., CHAZOULE C., DELFOSSE C., SALEILLES S. (2012). « Repenser l'échelle d'approvisionnement des cantines », in PRIGENT-SIMONIN H. et HERAULT-FOURNIER C. (dir.), *op. cit.*, pp. 169-186
- PRALY C., CHAZOULE C. (2013). « Les circuits de proximité en fruits, une économie de la variabilité complémentaire de l'expédition », *Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement*, vol. 1, pp. 39-64
- PRALY C., CHAZOULE C., DELFOSSE C., MUNDLER P. (2014). « Les circuits de proximité, cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires », *Géographie, Economie, Société*, vol. 16, n°4, p. 455-478
- REDLINGSHÖFER B. (2008). « L'impact des circuits courts sur l'environnement », in MARECHAL G., *op. cit.*, p. 175-185

- RAIKES P., FRIIS JENSEN M., PONTE S. (2000). « Global commodity chain analysis and the French *Filière* approach: Comparison and critique », *Economy and Society*, vol. 29, n.3, p. 390-417
- REMY J. (2011). « De la célébration de l'agriculture familiale à la promotion de l'agriculteur-entrepreneur : succession ou coexistence ? », *Pour*, n°212, p. 165-178
- RIEUTORT L. (2009). « Dynamiques rurales françaises et re-territorialisation de l'agriculture », *L'information géographique*, vol. 73, n°1, p. 30-48
- SABATIER P.A. (1987). « Knowledge, Policy-Oriented Learning, and Policy Change. An advocacy-coalition framework », *Knowledge: Creation, Diffusion, Utilization*, vol. 8, n°4, p. 649-692
- SABATIER P.A., JENKINS-SMITH H.C. (1993). *Policy change and learning: An advocacy coalition approach*, CO: Westview Press, Boulder
- SALAS R., STORPER M. (1993). *Les mondes de production. Enquête sur l'identité économique de la France*, Editions de l'EHESS, Paris
- SAMAK M. (2013). « Quand la bio rebat les cartes de la représentation des agriculteurs. L'institutionnalisation de l'agriculture biologique dans les Alpes-Maritimes », *Politix*, n°103, p. 125-148
- SERVOLIN C. (1972). « L'absorption de l'agriculture dans le mode de production capitaliste », in TAVERNIER Y. (dir.), *op. cit.*, p. 41-77
- SMITH A. (1995). « Réintroduire la question du sens dans les réseaux d'action publique », in LE GALES P., THATCHER M., (dir.), *op. cit.*, p. 109-120
- STANZIANI A. (2003). « Produits, normes et dynamiques historiques », *Sociologie du travail*, vol. 45, n°2, p. 259-266
- STARK D. (2011). *The sense of dissonance: Accounts of worth in economic life*, Princeton University Press, Princeton
- STASSART P.-M., JAMAR D. (2009). « Agriculture biologique et verrouillage des systèmes de connaissance. Conventionalisation des filières agroalimentaires bio », *Innovations agronomiques*, vol. 4, p. 313-328
- STEINER P. (2005). *Sociologie économique*, La découverte, Paris
- SYLVANDER B. (1997). « Le rôle de la certification dans les changements de régime de coordination : l'agriculture biologique, du réseau à l'industrie », *Revue d'économie industrielle*, vol. 80, n°2, p. 47-66
- THIEBAUT L. (1999). « Mesures agri-environnementales et politiques d'environnement. Intégrations, complémentarités et décalages », *Economie rurale*, vol. 249, n°1, p. 11-18

- THOENIG J.-C., DURAN P. (1996). « L'Etat et la gestion publique territoriale », *Revue française de science politique*, vol. 46, n°4, p. 580-623
- THOMASSIN M. (1959). « L'approvisionnement en fruits et légumes du Marché de Lille », *Revue du Nord*, vol. 41, n°163, p. 67-89
- TORRE A., RALLET A. (2005). « Proximity and Localization », *Regional Studies*, vol. 39, n°1, p.47-59
- TORRE A., BEURET J.-E. (2012). *Proximités territoriales. Construire la gouvernance des territoires, entre conventions, conflits et concertations*, Economica, Paris
- URBANO G., VOLLET D. (2005). « L'évaluation du contrat territorial d'exploitation (CTE) », *Notes et études économiques*, n°22, p. 69-110
- VERNIN X. (1998). *La distribution des fruits et légumes frais. Circuits et opérateurs de la filière française*, CTIFL, Paris
- VINCENT M. (1971). « Le ravitaillement de Grenoble en fruits et légumes », *Revue de géographie alpine*, vol. 59, n°1, p. 127-139
- VINCQ J.-L., MONDY B., FONTORBES J.-P. (2010). « La construction de la qualité fiable dans les réseaux alimentaires de proximité », *Economie rurale*, vol. 318-319, n°4-5, p. 5-19
- WHITE H.C. (1981). « Production markets as induced role structures », *Sociological Methodology*, vol.12, p. 1-57
- WINTER M. (2000). « Embeddedness, new food economy and defensive localism », *Journal of Rural Studies*, n°16, p. 295-303
- ZALIO P.-P. (2004). « L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues », *Entreprises et histoire*, vol. 35, n° 1, p. 16-30
- ZALIO P.-P. (2009). « Sociologie économique des entrepreneurs », in STEINER P., VATIN F. (dir.), *Traité de sociologie économique*, PUF, Paris, p. 601-634



# ANNEXES



### Annexe 1 : Profil des producteurs de fruits et légumes interviewés

	<b>Date installation</b>	<b>SAU / modes de prod.</b>	<b>Produits</b>	<b>Modes de comm.</b>	<b>MO</b>	<b>Catégorie</b>
P1	2010 (Création)	4 ha plein-champ, tunnel	Maraîchage diversifié (5 à 10 légumes)	3 Amap, vente à la ferme suivant saisons et volumes	0	Entrepreneur-paysan
P2	1991 (Reprise)	Plein-champ, tunnels	Maraîchage diversifié (20 légumes)	Vente à la ferme, à 1 GMS (salades), à un détaillant, achat-revente avec collègues	1	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P3	1982 (Reprise)	2 ha de serres chauffées	Tomates, concombres	Centrale d'achat	9 ETP	Manager
P4	2010 (Création)	3,5 ha plein-champ	Maraîchage diversifié	4 Amap, vente de paniers à un comité d'entreprise, vente aux épiceries solidaires	0	Entrepreneur-paysan
P5	1998 (Création)	7 ha plein-champ, 4500 m <sup>2</sup> tunnels	Maraîchage diversifié (40 légumes)	9 Amap, vente à des détaillants en complément	0	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P6	1973 (Reprise)	60 ha vergers	Pomme, diversification prune d'Ente	Centrale d'achat, vente aux GMS	20 ETP	Manager
P7	1983 (Reprise)	Serres chauffées, verger, grandes cultures, plein-champ	Fraises, aubergines, kiwis, diversification céréales	Expédition coopérative	10 ETP + 50-55 saisonniers	Manager
P8	2004 (Reprise)	29 ha grandes cultures, vergers, serres chauffées	Pruneau d'Agen, fraises, maraîchage diversifié en complément	Expédition coopérative (pruneau et fraises), vente à la ferme, sur les MPP, vente à un établissement touristique local	4 ETP sur 2 mois, 6 saisonniers	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P9	2011 (Création)	3.5 ha plein-champ (cultive 1.5 ha)	Maraîchage diversifié (20-30 légumes)	2 Amap, marchés de plein-vent en complément	0	Entrepreneur-paysan
P10	1990	2 à 6 ha plein-champ, tunnels	Maraîchage diversifié (7 à 30 légumes)	Marché de plein vent, vente aux restaurateurs et détaillants	3 ETP	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P11	1986 (Création)	10 ha (cultive 5) verger, plein-champ paillage	Maraîchage diversifié (10 légumes), physalis	Drive fermier, contrat avec un transformateur local, vente à deux magasins bio locaux	?	Entrepreneur-paysan
P12	1997 (Reprise)	6 ha de serres chauffées	Tomate	Vente coopérative et MIN d'Agen	32 CDI et 35 saisonniers	Manager

P 13	2009 (Création)	2 ha (1 ha cultivé, 1200 m <sup>2</sup> de serre)	Maraîchage diversifié (25 légumes), poules pondeuses	2 Amap, vente à une supérette, à la ferme (été), œufs avec la cantine scolaire locale	0	Entrepreneur-paysan
P 14	2003 (Reprise)	65 ha, verger, plein-champ, tunnel ferroviaire	Maraîchage diversifié (30-35 légumes), prune d'Ente, champignons, céréales	Marchés de plein vent, expédition aux grossistes (Rungis), adhésion à une OP sur le MIN de Brienne	10 ETP (5 CDI)	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 15	? (Création)	95 ha vergers et vignes	Pomme (70 ha), kiwi (18 ha), vigne	Expédition coopérative	6 CDI, 70 saisonniers	Manager
P 16	2011 (Création)	5 ha (plein champ), 5300 m <sup>2</sup> serres	Tomates, aubergines, concombres, salade	Adhésion à une OP sur le MIN de Brienne, apporteur en Sica	?	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 17	2009 (Création)	1 ha plein-champ, tunnel	Maraîchage diversifié (10-15 légumes)	3 Amap, vente à la ferme, drive fermier	0	Entrepreneur-paysan
P 18	2000 (Reprise)	50 ha serres chauffées, verger	Fraise, châtaigne, céréales	Vente aux grossistes	9 ETP (1 CDI)	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 19	1992 (Reprise)	1300 ha plein-champ, grande culture	Maïs, carottes, poireaux	Vente aux centrales d'achat, aux grossistes de réseau, et aux grossistes locaux	170 ETP (130 CDI)	Manager
P 20	1983 (Reprise)	Plein-champ, tunnels, verger (3ha)	Maraîchage diversifié, kiwi	1 Amap, vente à la ferme, à la restauration collective et à deux GMS locales	Env. 5 UTA	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 21	2006 (Reprise)	3 ha plein-champ, tunnel	Maraîchage diversifié (env. 70 légumes)	Vente à la ferme, participation à un réseau de vente à la ferme	1 ETP (2 à 3 stagiaires)	Entrepreneur-paysan
P 22	? (Création)	3 ha plein-champ, tunnels	Maraîchage diversifié et arboriculture (cueillette)	Vente sur marchés de plein vent, marchés de producteurs	0	Entrepreneur-paysan
P 23	1981 (Reprise)	2 ha serres chauffées, tunnel	Fraise	Expédition coopérative, marchés de plein-vent	De 8 à 25 salariés	Manager
P 24	1985 (Création)	1060 ha plein-champ, grande culture	180 ha carotte (frais), 180 ha haricot vert (industrie), 700 ha maïs (diversification)	Expédition coopérative (70 % GMS, 30 % grossistes)	100 ETP	Manager
P 25	2000 (Création)	1,2 ha plein-champ,	Maraîchage diversifié	Vente sur un marché de plein-vent	0	Entrepreneur-paysan

		tunnel				
P 26	1996 (Création)	23 hectares, vigne, plein- champ	Asperges (frais et conserves), vignes, arboriculture (cueillette), élevage bovin	Expédition du raisin à une cave coopérative, marchés de plein-vent, drive fermier, magasins de producteurs, épiceries fines, restauration collective	Environ 15 CDD de 2,5 mois	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 27	1986	25 ha plein- champ, vergers	Pêches nectarines, cerises, abricots, tomates, salades, pommes, fraises, kiwis	Vente à la ferme, magasin de producteurs, grossistes	2 co- exploitan ts, 1 CDI (fils)	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 28	?	60 ha vergers	Pommes, kiwis, prunes	Grossistes, expéditeurs, magasin de producteurs	?	Manager
P 29	1997 (Création)	35 ha (vigne et grande culture), 11 ha verger, 1,5 ha de plein- champ, 1ha de serre	Salade, tomates, poivrons, aubergines, pêches nectarines, pommes, vigne, céréales	La Ruche qui dit oui, grossistes (indépendants et de réseau), vente à la ferme, vente du vin à un négociant	4 CDI	Entrepreneur traditionnel fragilisé
P 30	2004 (Création)	2,2 hectares (3200 m <sup>2</sup> de serres)	Maraîchage diversifié	Vente à une supérette, à deux restaurateurs, à 3ruches, vente à la ferme	Femme et apprenti	Entrepreneur- paysan

**Annexe 2 : Récapitulatif des entretiens réalisés avec les distributeurs, les collectivités territoriales, les OP et les organisations professionnelles**

<b>COLLECTIVITES TERRITORIALES</b>	
CT1	Chargée de mission « Circuits court de proximité » au Conseil régional d'Aquitaine (janvier 2014) : accompagnement des démarches visant à développer et structurer les CCP sur le territoire. Membre du comité de pilotage du projet de recherche
CT2	Chargée de mission « Filières végétales » au Conseil régional d'Aquitaine (novembre 2013) : accompagnement, suivi et paiement des aides aux agriculteurs (dont fruits et légumes), intégration d'une entrée circuits courts (dispositif d'accompagnement transversal à l'ensemble des filières)
CT3	Chargé de mission « Produits de qualité » au Conseil régional d'Aquitaine et secrétaire général de l'Association des Régions Européennes des Produits d'Origine (décembre 2013) : lobbying auprès des institutions européennes autour de la valorisation des produits d'origine. A participé aux réflexions portées à l'échelle européenne autour de la création d'un décret fermier pour valoriser les produits issus de circuits courts. Mais ce décret n'a jamais vu le jour (pas d'accord entre Etats-membres sur la définition d'un produit « fermier »).
CT4	Chef de service et chargée de mission pôle Alimentation, service régional de l'Alimentation de la DRAAF (mars 2015) : mise en œuvre de la déclinaison régionale du Plan National de l'Alimentation, coordination de la déclinaison régionale du Contrat de filière agroalimentaire. Travail sur les circuits courts dans les champs de la restauration collective et de la solidarité aux populations défavorisées (travail avec l'ANDES et Ecoales sur l'introduction de produits locaux issus de circuits courts dans les épiceries solidaires)
CT5	Chargée de mission « Circuits courts » Pays et Quartiers d'Aquitaine (janvier 2014), groupement d'intérêt public créé par l'Etat et la Région Aquitaine pour la mise en œuvre des politiques territoriales et faire le lien avec les démarches LEADER. Accompagnement des territoires LEADER souhaitant mettre en œuvre un projet territorial intégrant la valorisation des CCP, participation et animation de « think-tanks » régionaux autour de la valorisation des CCP
CT6	Chargée de mission « Circuits courts », direction du territoire, bureau agricole et forêt du Conseil général de la Gironde (novembre 2013). Accompagnement financier des agriculteurs souhaitant développer des CCP (investissements liés à la commercialisation surtout), accompagnement des associations qui portent des projets de CCP. Personne ressource, extrêmement impliquée dans la plupart des projets de CCP à dimension institutionnelle sur le département : Loc'halle Bio, introduction des produits bio et locaux dans les cantines, Drive Fermier, etc.
CT7	Chargé de mission, direction de la Nature, Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB), désormais Bordeaux Métropole (novembre 2013) : travaille à la revitalisation de l'ancienne zone maraîchère de l'agglomération, travaille en partenariat avec la SAFER pour faciliter les transmissions des exploitations et identifier les terres disponibles pour installer de nouveaux agriculteurs. Accompagnement financier de la démarche Loc'Halle Bio, en partenariat notamment avec le service Economie Sociale et Solidaire de la CUB.
CT8	Chargée de mission Agenda 21 et Développement durable, Mairie de Bordeaux (Octobre 2013) : travail avec la Chambre régionale d'Agriculture autour du développement des Marchés de Producteurs de Pays à Bordeaux. Mais cette initiative s'est soldée par un échec relatif : pas de fréquentation, récurrences difficiles à institutionnaliser, défection des producteurs, etc.

CT9	Directeur du Marché d'Intérêt National (MIN) de Brienne (février 2013) : gestion quotidienne du marché. Nous avons rencontré cette personne après avoir entendu parler de la volonté du MIN et de la CUB de réintroduire des producteurs sur le carreau du marché afin de développer les possibilités d'approvisionnement des commerçants de la ville en produits locaux issus de circuits courts
CT10	Directrice du Pays Haut-Entre-Deux-Mers (avril 2014) : arrivée en 2010, elle constate l'échec d'un précédent projet de boutique de producteurs. Elle réinvestit donc la thématique « circuits courts » avec des ambitions plus modestes : recensement des agriculteurs, création d'un guide des agriculteurs vendant sur l'exploitation, animation de journées d'échange autour des CCP, création d'un « catalogue » à destination des services de restauration collective pour favoriser les liens entre eux et les producteurs. Regrette le manque d'investissement de la Chambre d'agriculture dans l'accompagnement de ces démarches
CT11	Directrice du Pays Médoc (décembre 2013) : mise en œuvre d'une démarche territoriale autour du développement des CCP. Etude des pratiques d'approvisionnement des services de restauration collective du territoire pour évaluer le marché potentiel pour les agriculteurs locaux. Au moment de l'entretien, initiation d'un projet de Ruche (installer des maraîchers sur des terres préemptées par la collectivité pour les former et les amener à développer une offre de fruits et légumes locaux sur le territoire). Travail avec la CUB autour de l'introduction de produits du territoire dans un restaurant administratif (400 couverts par jour).
CT12	Chargée de mission « Circuits courts », Val de Garonne Agglomération (juin 2014) : dans un territoire marqué par l'importance des activités agricoles, le problème amenant cette collectivité à intervenir sur l'agriculture est celui de la disponibilité de ces produits sur le territoire et de l'identification des agriculteurs par les habitants. Stratégie LEADER organisée autour de la valorisation des paysages ruraux et intègre la dimension CCP autour de trois axes. Promotion et valorisation des produits locaux (création et animation d'un réseau de fermes vendant en direct sur l'exploitation, les « Fermes de Garonne »). Travail sur la transmission et l'installation, en lien avec le développement des CCP : formations en partenariat avec l'Office de tourisme autour de la professionnalisation de la vente et de l'accueil à la ferme, le développement de l'e-tourisme, etc. Enfin, travail sur le recyclage des déchets agricoles et la biométhanisation.
CT13	Chargée de mission Agenda 21, Pays Haute Gironde (février 2015) : thématique CCP abordée depuis la mise en œuvre d'un Agenda 21 local en 2009 et d'abord cadrée en termes de limitation du transport. Puis, démarche de recensement des producteurs du territoire, organisation d'un forum « Agriculture locale » (2013), pour amener les acteurs à se rencontrer et travailler sur l'introduction des produits locaux dans la restauration collective. Puis travail avec la chambre sur la transmission et le problème des exploitations sans repreneur. Diagnostic des pratiques d'approvisionnement des services de restauration collective et formation des personnels de cuisine et gestionnaires par rapport aux approvisionnements en CCP. Création d'un guide recensant les producteurs du territoire vendant à la ferme, et au moment de l'entretien, réflexion à la création d'une marque territoriale pour les producteurs vendant en CC.
CT14	Entretien collectif réalisé avec deux des membres fondateurs du Mouvement Informel d'Aide aux Maraîchers (MIAM) de Bruges, dont une élue, le maraîcher du MIAM (P21) et deux élus de la mairie de Bruges (adjoints à l'agriculture et au développement durable) (mars 2013) : présentation du MIAM, de son histoire et de ses objectifs (favoriser la consommation de produits locaux pour les habitants en

	soutenant un maraîcher de la commune). La seconde partie de l'entretien a porté sur le Périmètre de Protection des Espaces Agricoles et Naturels Périurbains des Jalles visant à préserver les terres agricoles de la pression foncière.
<b>GRANDE DISTRIBUTION</b>	
GMS1	Entretien réalisé en mars 2015 : Responsable d'une plateforme logistique d'approvisionnement de la grande distribution (enseigne 1), située à mi-chemin entre Bordeaux et Toulouse, en plein cœur d'une importante zone de production de fruits et légumes (Lot-et-Garonne). La plateforme approvisionne environ 120 hypermarchés. 700 fournisseurs l'approvisionnent, dont 70 % de production française et parmi eux, 42 % sont situés en Lot-et-Garonne. Ce responsable travaille avec une équipe restreinte (une équipe de managers-vendeurs et une équipe de responsables qualité).
GMS2	Entretien réalisé en février 2015 : Chef de rayon fruits et légumes hypermarché (enseigne 2), à Bruges. Travaille avec quelques fournisseurs locaux sur certains produits spécifiques (pommes, asperges de Blaye, maraîchage de Bruges, kiwi charentais). 85 % des approvisionnements proviennent de la plateforme d'achat, les 15 % restants étant en direct des producteurs.
GMS3	Entretien réalisé en octobre 2014 : Chargée de développement des approvisionnements locaux pour une enseigne de distribution des produits biologiques. Son travail consiste à favoriser le développement de contacts directs entre producteurs et magasins, en les amenant à se rencontrer et échanger, en informant les producteurs quant aux attentes de leurs clients, en informant les magasins sur les disponibilités des produits. Ne travaille donc pas que sur les fruits et légumes, même si ce point occupe une part conséquente de son activité, du fait des difficultés rencontrées par les magasins quand ils traitent directement avec les producteurs (manque de suivi, délais et commandes pas forcément respectés, fort impact des aléas climatiques, etc.)
GMS4	Entretien réalisé en janvier 2015 : Acheteur fruits et légumes sur une centrale d'achat (enseigne 2). Cette centrale approvisionne l'ensemble des magasins du grand Sud-ouest. Elle travaille avec environ 300 fournisseurs à l'année, et 130 à 150 quotidiennement. La part des fournisseurs locaux est relativement faible et se limite à quelques « gros faiseurs » de carottes, de tomates ou de pommes de terre (plus quelques produits saisonniers comme la fraise, par exemple)
GMS5	Entretien réalisé en mai 2015 : second de rayon hypermarché (enseigne 1) à Bordeaux centre. Le magasin s'approvisionne plutôt peu en produits locaux via des circuits courts, du fait des difficultés d'acheminement des produits pour les producteurs.
GMS6	Entretien réalisé en février 2015 : Chef de rayon fruits et légumes dans un hypermarché (enseigne 2) de Bordeaux. Cet acteur travaille avec quelques fournisseurs locaux sur certains produits spécifiques et principalement en fruits (pommes, pêches, nectarines), moins sur le maraîchage, du fait des difficultés à en trouver localement.
GMS7	Entretien réalisé en février 2015 : Chef de rayon fruits et légumes dans un supermarché (enseigne 2) à Bègles. Cette chef de rayon passe quasiment exclusivement par sa centrale d'achat pour gérer ses approvisionnements. La taille restreinte de son rayon limite pour elle la possibilité de travailler en direct avec des fournisseurs locaux (les volumes de commande insuffisants posent des problèmes de rentabilité pour eux). Elle travaille ponctuellement avec quelques grossistes de réseaux sur « du dépannage ».
GMS8	Entretien réalisé en décembre 2012 : Responsable Secteur Achat hypermarché

	(enseigne 1), nord de Bordeaux. Le travail avec les fournisseurs locaux ne représente qu'une faible part des approvisionnements du magasin en fruits et légumes. Mais fortement dépendant des saisons : en hiver, travaille quelques produits en maraîchage seulement, en été, travail sur les fruits principalement.
<b>COMMERÇANTS INDEPENDANTS SPECIALISES OU NON EN FRUITS ET LEGUMES</b>	
D1	Entretien réalisé en janvier 2013 avec le directeur d'une association d'insertion créée en 2010, située dans l'agglomération bordelaise et spécialisée dans l'achat-revente aux consommateurs de produits alimentaires majoritairement issus de circuits courts de proximité, via une plateforme Internet sur laquelle ils passent commande, avant d'être livrés à domicile ou sur leur lieu de travail, ou bien de venir récupérer leurs commandes en direct sur la plateforme. La structure réalise un million d'euros de chiffre d'affaire par an. Elle gère entre 450 et 500 commandes par semaine, pour un panier moyen de 55 euros. Les commandes sont passées la veille pour le lendemain. L'association vend également à prix coûtant des poches de fruits et légumes aux étudiants de l'agglomération, dans le cadre d'un projet de solidarité alimentaire porté par la DRAAF et l'Agence régionale de santé. Les produits les plus consommés sont respectivement les fruits et légumes, les viandes, les fromages et le lait. L'offre comprend des produits bio et conventionnels : il s'agit du résultat d'un compromis entre consolidation d'une clientèle recherchant des produits bio et le fait de ne pas pouvoir s'approvisionner de manière régulière pour ces produits via des circuits courts de proximité (au cœur du projet d'entreprise, une réflexion sur la valorisation de ces circuits de distribution). Pendant la période d'été (mars à octobre), le directeur déclare s'approvisionner à 95 % auprès de 5 ou 6 producteurs locaux réguliers (plus une vingtaine d'autres de manière moins suivie). En hiver en revanche, les approvisionnements se font plus souvent auprès de grossistes pour les produits indisponibles localement (certains légumes, mais surtout les fruits et les agrumes). Les relations avec ces fournisseurs réguliers ont évolué : au début, l'association captait uniquement leurs surplus qu'ils ne pouvaient vendre en direct eux-mêmes, puis à mesure que le partenariat s'est établi dans la durée, ils ont commencé à planifier des mises en culture dédiées à l'association. Les prix sont établis pour la saison et, en général, ne varient pas au cours de celle-ci, ce qui avantage le consommateur à certains moments et le désavantage à d'autres.
D2	Entretien réalisé en juin 2015 avec la gérante d'une entreprise spécialisée dans la vente de fruits et légumes aux consommateurs (mais qui propose également d'autres produits comme la viande, le fromage ou du poisson). La SARL a été créée en 2006 et bénéficie d'une case sur le MIN d'Agen. Il s'agit d'une entreprise familiale (la femme et son mari travaillent ensemble, seuls). Cette entreprise livre ses clients (150 à 200 par semaine) dans trois villes : Agen, Bordeaux, Toulouse. Le panier moyen est d'une trentaine d'euros. La stratégie d'entreprise s'est rapidement orientée vers la valorisation de produits locaux : 85 % des approvisionnements proviennent de producteurs ou d'OP locaux (environ une cinquantaine, pas seulement en fruits et légumes). Ils sont réalisés sur le MIN pour les producteurs, en livraison pour les OP. Les 15 % restant correspondent à des achats aux grossistes, principalement pour les produits d'importation. Cette entreprise est soumise à une contrainte de saisonnalité : elle attend par exemple que les produits soient disponibles localement pour les intégrer à son offre (donc pas de tomates pendant l'hiver et le début du printemps), il s'agit d'une politique commerciale choisie et non subie.
D3	Entretien réalisé avec le gérant d'un magasin de primeurs situé à Pessac en mai 2015. L'entreprise a été créée en 2011 après une étude de marché qui a servi à cet entrepreneur à déterminer un lieu d'implantation à l'écart d'autres commerces

	<p>alimentaires, mais sur un axe passant important. Cet ancien grossiste emploie aujourd'hui 9 salariés hors-saison (12 en pleine saison). 75 % de l'offre est constituée par les fruits et légumes (25 % restants : épicerie fine, jus, soupes artisanales). Cette entreprise s'approvisionne auprès de trois types de fournisseurs : un groupement de producteurs bio situé sur le MIN de Brienne (25 % des approvisionnements), des grossistes du MIN (55 % en hiver, 35 % en été) et des producteurs locaux (environ 20 % en hiver, 40 % en été). Les critères d'achat de ce primeur renvoient à ce qu'il nomme « la qualité », qu'il définit par rapport à sa dimension visuelle et gustative (il cherche généralement à atteindre un compromis entre les deux, même si pour certains produits, il cherchera à valoriser plutôt l'une ou l'autre). Sa préférence pour les produits locaux le pousse à travailler avec certains grossistes dont il sait qu'ils s'approvisionnent plutôt chez des fournisseurs locaux, principalement pour des raisons de préservation de la fraîcheur du produit. Néanmoins en hiver, il travaille beaucoup les produits d'importation avec ces grossistes et s'affranchit des contraintes de saisonnalité (il propose par exemple de la tomate ou de la courgette espagnole durant les mois d'hiver).</p>
D4	<p>Entretien réalisé avec la gérante d'une SARL créée en 2010, située sur la commune d'Eysines au nord de Bordeaux, et spécialisée dans la vente de fruits et légumes en décembre 2012. Le point de vente est situé sur l'exploitation du père de la gérante, qui travaille avec son mari. Au départ, l'entreprise vendait uniquement 6 produits, exclusivement ceux de la ferme (il s'agissait en fait d'une boutique à la ferme permettant de valoriser une petite partie des volumes produits). Puis, à la demande des clients, les fruits ont été introduits, et la gamme de légumes a été élargie : rencontre avec trois producteurs de fruits de Marmande, puis démarchage de producteurs situés à proximité de l'exploitation et du point de vente pour les produits maraîchers et mise en culture de nouvelles espèces et variétés sur l'exploitation de son père. Désormais, elle travaille avec quelques producteurs de la zone de façon régulière, et s'approvisionne auprès d'autres de manière plus ponctuelle quand ils ont des produits en surplus. Aujourd'hui, elle vend jusqu'à 70 références de légumes (environ 35 sont produites sur l'exploitation) et 20 références de fruits. Les prix ne sont pas négociés au jour le jour avec les autres producteurs mais sont lissés sur l'ensemble d'une campagne de production.</p>
D5	<p>Entretien réalisé en septembre 2012 avec le gérant d'une société spécialisée dans la vente de fruits et légumes biologiques depuis 1987 à Bordeaux, dans une rue adjacente au marché des Capucins. Au début, l'entreprise était orientée uniquement vers le commerce de gros des produits biologiques, mais du fait de l'existence d'un périmètre de protection réglementant le commerce de gros aux entreprises situées à l'intérieur du périmètre de protection du MIN, elle s'est retrouvée à cumuler vente de gros et de détail. Au départ, la gestion des flux était empirique : le gérant allait en camion récupérer de la marchandise chez les producteurs et démarchait les détaillants avec son camion, ce qui lui permettait de présenter ses produits. Il a conservé ce mode d'approvisionnement en direct des producteurs même s'il l'a structuré avec le temps et l'a fait évoluer pour travailler avec des expéditeurs situés dans des bassins de production plus éloignés, comme la Bretagne. Aujourd'hui sa clientèle est composée de revendeurs, de restaurateurs et de particuliers, et il refuse, pour des motivations qu'il présente comme éthiques et militantes, de travailler avec la grande et moyenne distribution. Il apprécie particulièrement peu le travail avec les restaurateurs, qu'il considère comme des clients extrêmement difficiles, car ils sont sur d'autres logiques d'achat que lui : ils regardent d'abord un prix avant de rechercher une qualité, alors que pour cet entrepreneur, les logiques d'achat sont inversées (d'abord une qualité, ensuite un prix).</p>

D6	<p>Entretien réalisé en septembre 2012 avec le gérant d'une SARL livrant sur des « paniers » sur l'agglomération bordelaise. Ancien salarié de la grande distribution, il a créé son entreprise à la fin des années 2000. Au début, cette entreprise était fortement encadrée dans son réseau amical personnel : il allait chercher quelques produits pour des amis à lui. Puis l'entreprise s'est structurée et s'est progressivement ouverte à de nouveaux clients, tout en conservant un encastrement fort vis-à-vis dans les réseaux chrétiens desquels cet entrepreneur est extrêmement proche. Son activité repose sur le principe d'un drive : les clients passent leurs commandes sur Internet, sont géolocalisés, sont livrés chez eux et paient à ce moment (ce système de paiement lui permet de se protéger vis-à-vis des clients par rapport à un éventuel problème de livraison). Ses fournisseurs sont sélectionnés par rapport à la qualité gustative de leurs produits : il travaille ainsi avec des bouchers spécialisés, quelques producteurs de fruits et légumes, des boulangers traditionnels, etc. Pour les fruits et légumes, les producteurs ne représentent pas la majorité de ses approvisionnements, du fait des contraintes de saisonnalité qui limitent leurs capacités à fournir des produits de manière régulière. Il a donc tendance à s'appuyer sur les grossistes pour la majorité des fruits et légumes qu'il vend. Son positionnement vis-à-vis de la saisonnalité des fruits et légumes est ambigu : d'un côté, il affirme chercher à la respecter, mais de l'autre affirme n'avoir aucun problème à vendre de la tomate marocaine en hiver.</p>
D7	<p>Entretien réalisé en septembre 2013 avec le gérant d'un commerce de primeurs situé à Bordeaux. Cette entreprise existe depuis 1991 et a été reprise par l'actuel propriétaire en 2001. Son chiffre d'affaire est d'environ 150 000 euros par an, alors qu'il était de 200 000 euros les années d'avant : cette baisse est interprétée comme une conséquence de la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs car la fréquentation du magasin n'a pas baissé. Ce commerçant a du faire évoluer son système d'approvisionnement : il avait l'habitude d'acheter une partie de ses produits (les tomates notamment, le melon) sur le MIN d'Agen à des producteurs, mais il a arrêté d'y aller pour des raisons économiques. Il ne s'approvisionne donc plus qu'au MIN de Brienne auprès de grossistes seulement. Ses rapports avec ses fournisseurs ne s'inscrivent en général pas dans la durée et il n'hésite pas à changer régulièrement de fournisseurs pour un même produit, en fonction des opportunités qui se présentent à lui (sauf pour les produits pour lesquels un grossiste a un monopole sur le marché).</p>
D8	<p>Entretien réalisé en septembre 2013 avec la fille du gérant d'un commerce spécialisé en fruits et légumes, salariée de l'entreprise. Ce commerce, situé près de Blaye dans le nord de la Gironde, a été créé par son père en 2009 : celui-ci, grossiste de profession, a souhaité créer ce commerce pour changer de vie et arrêter de travailler la nuit. Son expérience professionnelle lui a permis de nouer des relations privilégiées avec certains producteurs ou d'autres grossistes, se traduisant notamment par des facilités de paiement. Sa fille et lui gèrent les approvisionnements sur le MIN de Brienne tous les jours de la semaine, et sur le MIN d'Agen pendant l'été, ce qui leur permet de se rapprocher des producteurs du Lot-et-Garonne. Leur système d'approvisionnement repose donc très largement sur les circuits de grossistes (10-15 fournisseurs réguliers), même si en été, les producteurs locaux (5-6 fournisseurs réguliers) leur fournissent des volumes non négligeables pour certains produits. Ils ont en moyenne 180 à 200 références de produits dans leurs rayons. Une des stratégies commerciales en réflexion au moment de l'entretien est de développer un espace « producteurs locaux » dans le magasin, mais la salariée se heurte à la réticence des producteurs qui ne voient pas l'intérêt de se mettre en scène avec leurs produits (son idée était de les faire se prendre en photo avec leurs produits pour que les clients puissent les identifier à un producteur).</p>
D9	<p>Entretien réalisé en septembre 2013 avec le couple de gérants d'un commerce</p>

	<p>spécialisé en fruits et légumes. L'entreprise a été créée en 2012. Il s'agit d'une évolution professionnelle : grossistes de profession, ce couple cherchait à développer une activité de vente aux particuliers en reprenant et en aménageant le modèle des GMS. Ils ont donc acheté un local dont une partie est réservée à l'activité de gros et l'autre est l'espace de vente aux particuliers. Ils ont par ailleurs développé un drive avec paiement en caisse. La société de commerce de gros emploie 22 personnes, le magasin 6 vendeurs. L'ambition était de faire un commerce « à l'ancienne » : le client ne touche pas les produits mais est servi par un conseiller-vendeur, les fruits et légumes de saison sont mis en avant, de même que les produits locaux des producteurs. Concernant l'activité de gros, les clients de l'entreprise sont des pâtisseries, des traiteurs et des restaurateurs (ils ont fait le choix de ne pas vendre aux commerçants). Concernant la vente aux particuliers, 75 % du chiffre d'affaire est réalisé avec une clientèle fidèle de plus de 45 ans. En termes d'offre, ils ont entre 450 et 500 références de produits dans leurs rayons. Leurs fournisseurs sont en grande majorité des producteurs assez spécialisés (1 à 5 produits) à qui ils achètent une partie de leur production. Les achats aux grossistes concernent des produits bien spécifiques, comme la betterave cuite. Leurs fournisseurs sont situés un peu partout en France, mais aussi en Espagne. Ce fait s'explique d'une part par la faiblesse de l'offre locale et, d'autre part, par une recherche des produits « de qualité » : autrement dit le positionnement marketing vis-à-vis du local est ambigu. Tout en mettant en avant la notion de circuits courts et de proximité, leurs logiques d'achat sont déconnectées des enjeux liés à la proximité géographique pour se centrer sur la valorisation d'une origine, d'un terroir, d'un produit typique.</p>
<b>ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS</b>	
OP1	<p>Entretien réalisé en avril 2014 avec le directeur d'une coopérative située en Lot-et-Garonne et spécialisée sur les fruits à coque (noisettes, noix, etc.). La coopérative a été créée dans les années 1980 par des producteurs de pruneaux, suite à de mauvaises récoltes. Elle regroupe environ 98 % de la production française. Les producteurs sont majoritairement situés dans le Sud-ouest et le centre de la France mais pas seulement. Très rapidement, la coopérative s'est orientée vers une forte mécanisation et technicisation du travail, lui permettant d'obtenir des rendements élevés et un produit qualitativement supérieur aux standards du marché (fixés par les produits turcs, majoritaires). Les marchés de la coopérative sont européens (Allemagne et Europe du nord) et ses principaux clients sont les enseignes de la grande distribution. Aujourd'hui, elle cherche à se développer en se connectant au marché chinois. En parallèle, la coopérative a ouvert plusieurs points de vente (boutique, vente en ligne, chez les producteurs) dans l'optique de vendre directement aux consommateurs une partie de ses produits. Mais ces points de vente sont envisagés essentiellement sous un angle promotionnel et marketing, car ils ne contribuent que très marginalement au chiffre d'affaire de l'entreprise.</p>
OP2	<p>Entretien réalisé en avril 2014 avec la commerciale d'une petite coopérative du Lot-et-Garonne spécialisée en fraise (250 tonnes, réparties entre Gariguettes et Cléry) et en melon (100 tonnes). Elle regroupe une quarantaine de producteurs, parmi lesquels une dizaine seulement apporte des volumes significatifs. Les modes de production n'ont pas fait l'objet d'une homogénéisation (serres chauffées, plein-champ, hors-sol, tunnels et abris froids, paillage, etc.). Le conditionnement est géré sur la station. Au contraire, leur hétérogénéité, en ce qu'elle permet d'occuper le marché plus longtemps, est encouragée. Le circuit de distribution principal est la grande distribution : la coopérative est référencée pour l'approvisionnement d'une centrale d'achat et entretient très peu de liens avec les magasins de cette enseigne. Néanmoins,</p>

	<p>elle travaille avec des magasins (hyper et super) d'autres enseignes. Les grossistes représentent une activité moins importante. Certains sont situés dans la région, une bonne partie d'entre eux y est extérieure (Rungis, Lens, Laon, Aubagne). En plus, la coopérative a ouvert une petite boutique pour mettre en valeur d'autres produits que la fraise et le melon. Certains d'entre eux sont produits par les producteurs, d'autres sont achetés via le négoce à des opérateurs français ou étrangers.</p>
OP3	<p>Entretien réalisé en avril 2014 avec le directeur d'une petite coopérative spécialisée dans la production et la vente de produits biologiques. Cette coopérative regroupe cinquante exploitations (toutes exclusivement en AB) situées dans le Lot-et-Garonne et les départements limitrophes. Ces exploitations sont de taille variable (de 3 hectares à une centaine) et leurs ateliers de production plutôt diversifiés (même si le directeur note une tendance à la spécialisation depuis 2010). Son chiffre d'affaire annuel est d'environ cinq millions d'euros. Son réseau de distribution est composé majoritairement par les magasins d'une enseigne nationale de produits biologiques (90 % du chiffre d'affaire). 43 % de ses produits sont ainsi distribués aux 75 magasins de ce réseau sur un périmètre allant de Poitiers à Perpignan. L'importance de la distribution locale des produits résulte d'un choix de l'enseigne qui a rapidement cherché à régionaliser ses approvisionnements.</p>
OP4	<p>Entretien réalisé en décembre 2012 avec le directeur d'une coopérative maraîchère diversifiée située dans une commune de l'ancienne vallée maraîchère au nord de Bordeaux. Cette Sica a été créée au début des années 1960 et a connu une activité importante jusque dans les années 1990 : regroupant jusqu'à une centaine de producteurs, elle a atteint au milieu des années 1990 un chiffre d'affaire avoisinant onze ou douze millions d'euros. Mais son départ du MIN de Brienne pour son actuel emplacement a entraîné un départ d'un nombre important de producteurs situés à l'est du département. Couplés à des départs en retraite et des cessations d'activité, ces départs ont considérablement ralenti l'activité du groupe. Aujourd'hui, la Sica compte seulement une douzaine d'adhérents, et quelques apporteurs ponctuels sur quelques produits spécifiques. Le déclin d'activité a été compensé par une réorientation vers le négoce : désormais, les trois quarts des volumes (3000 tonnes) sont réalisés sur du négoce en direct d'unités de production françaises et de grossistes pour les produits d'importation. L'activité commerciale de la Sica repose à 75 % sur la vente aux enseignes de la grande distribution, à 15 % sur la vente directe de paniers aux consommateurs et à 10 % sur la vente aux collectivités (restauration collective). Ce réseau de distribution a un fort ancrage local : la Sica fournit entre 15 et 20 magasins situés en Gironde, à Bordeaux et dans ses environs. Le directeur est par ailleurs extrêmement impliqué dans toutes les démarches initiées par les collectivités territoriales autour de la relocalisation des systèmes alimentaires et nous nous sommes croisés à plusieurs reprises au cours de réunions, de formations relatives au développement des circuits courts de proximité en restauration collective, etc.</p>
OP5	<p>Entretien réalisé en avril 2014 auprès du président d'une OP spécialisée dans la production de kiwis. Cette OP a été créée en 1982 par un petit groupe de producteurs landais qui se spécialisaient alors sur ce type de productions, encore peu connues en France. Elle regroupe aujourd'hui environ 200 adhérents, plus quelques apporteurs. Elle met environ 11 000 tonnes de kiwis sur le marché (une variété dominante : Edward, représente 90-95 % des volumes). Depuis 1992, elle bénéficie d'un Label rouge et, plus récemment, d'une IGP. La coopérative bénéficie d'une station de réception des fruits, à partir de laquelle ils sont triés, conditionnés et stockés (potentiellement jusqu'au mois de mai, soit six ou sept mois après la récolte). Un tiers des kiwis est vendu en France, un autre en Europe et le dernier au-delà de l'espace</p>

	<p>communautaire (en Asie principalement, via le transport maritime, un peu en Amérique du nord également). Les circuits de distribution de l'OP sont en premier lieu les enseignes (nationales et européennes) de la grande distribution, puis les réseaux de grossistes alimentant les détaillants des centres urbains. Alors que les premières ont plutôt tendance à commander des fruits de petit calibre, les seconds privilégient, eux, des fruits plus gros (comme les marchés d'export) qui correspondent à des produits d'une qualité supérieure. Enfin, en 2011 l'OP a créé une structure collective regroupant sept producteurs de pommes afin d'organiser pour eux une structure de commercialisation centrée sur le marché local : pays basque français et espagnol et Landes.</p>
OP6	<p>Entretien réalisé en avril 2015 avec le directeur général de la SAS Rougeline, marque collective de producteurs du Sud de la France, spécialisée dans la production et la commercialisation de tomates et de fraises. Cette marque a été créée en 1990 par des producteurs de tomates de Perpignan et de Provence qui souhaitaient alors s'organiser afin de mieux répondre aux évolutions des demandes de leurs clients notamment sur le plan qualitatif, tout en gardant la main sur leurs stratégies de mise en marché. En 1995, des producteurs du Lot-et-Garonne rejoignent la démarche. En 2000, l'organisation commerciale de la marque se met en place : désormais, elle gère l'intégralité de la mise en marché des produits bénéficiant de la marque, ce travail s'appuyant sur un réseau composé exclusivement de coopératives. Aujourd'hui, Rougeline se positionne comme un des dix premiers acteurs français de la production-commercialisation de tomates. La SAS regroupe aujourd'hui 6 stations de conditionnement et d'expédition et 160 producteurs situés dans le Sud de la France, du Lot-et-Garonne jusqu'en Provence, la plupart sur des exploitations fortement spécialisées (en particulier pour la tomate). Spécialisée sur deux produits, la marque se diversifie aujourd'hui sur d'autres productions : salades sous abris l'hiver, concombres, poivrons, aubergines l'été. Les produits de Rougeline sont principalement distribués en France, seuls 10 % des volumes sont exportés. 60 % des volumes distribués en France le sont au Sud de l'axe La Rochelle-Lyon. Les premiers clients sont les grandes surfaces (70 % des volumes), puis les grossistes (de marché ou à service complet), et enfin quelques circuits « alternatifs » (légumes d'industrie, collectivités, détaillants, etc.). La marque mène une stratégie de marketing insistant sur deux aspects : l'origine (identification sur le produit : « C'est d'ici ») et la dimension « paysanne » (avec un slogan « Les paysans de Rougeline » affiché sur les produits).</p>
OP7	<p>Entretien réalisé en avril 2014 avec le co-directeur d'une OP spécialisée en produits biologiques. L'OP regroupe 35 producteurs qui mettent en marché chaque année environ 200 à 300 tonnes de produits. Les productions sont variées et fortement dépendantes de la saisonnalité, à tel point que le co-directeur est incapable de nous donner une estimation du nombre d'espèces produit. Les principaux circuits de distribution sont la vente aux détaillants (revendeurs sur les marchés, primeurs, GMS), la vente aux grossistes, la vente à une centrale (enseigne 1) et la revente à l'OP3. L'OP ne réalise aucune planification avec ses producteurs sur les mises en culture ou les rotations, ce qui peut poser problème en cas de surproduction sur une famille de légumes et force l'OP à réviser ses stratégies commerciales, notamment en envoyant les produits « plantés » par le marché sur les circuits de transformation afin de récupérer un peu de trésorerie. La gestion des commandes est en revanche extrêmement réactive : du fait de l'impossibilité à stocker les produits, les ramassages se font après le passage des commandes, dans une logique de flexibilité-réactivité.</p>
OP8	<p>Entretien réalisé en mai 2015 avec le directeur général du Bureau interprofessionnel</p>

du pruneau. L'interprofession a été créée en 1963 et la dénomination « pruneau d'Agen » stabilisée à ce moment (avant, prune d'Agen, pruneau d'Ente). Mais l'interprofession voit rapidement s'opposer les acteurs de l'amont (producteurs et OP) et de l'aval (transformateurs) sur la protection du nom : les premiers cherchaient à limiter la possibilité d'utiliser la mention pruneau d'Agen aux productions locales, quand les seconds cherchaient à étendre le périmètre aux productions étrangères, chiliennes notamment. Les producteurs et les OP créent alors un Organisme de Défense et de Gestion pour le pruneau d'Agen, duquel sont exclus les transformateurs, pour pouvoir à terme bénéficier d'un signe officiel de qualité lié à l'origine. En 2001, l'ODG bénéficie d'une IGP Pruneau d'Agen. Elle regroupe aujourd'hui 1200 exploitations et 59 transformateurs (les 7 premiers représentant 91 % des volumes transformés). L'interprofession n'intervient pas dans l'organisation de la distribution et laisse cette partie aux transformateurs. En revanche, elle a mis en place grâce à un financement européen, avec les plus petits transformateurs et certaines exploitations, un atelier collectif visant à valoriser localement une petite partie des produits (1 à 2 %) dans une démarche de vente en circuits courts de proximité.

### ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES AGRICOLES

OPA1	Entretien réalisé en décembre 2012 avec une technicienne de la Chambre d'agriculture de la Gironde en charge de l'animation du réseau départemental des Marchés de Producteurs de Pays. Cette démarche existe en Gironde depuis 2004. Elle prend la forme de marchés nocturnes festifs proposant une restauration sur place et des animations (buvette, concerts). En 2012, le réseau était composé de 120 producteurs issus de toutes les filières de production et de 16 communes accueillant au moins un marché par an. Son rôle est à la fois d'examiner les candidatures des nouveaux producteurs ou des communes souhaitant développer un marché, d'accompagner techniquement la mise en place des nouveaux marchés, de créer une dynamique collective en s'appuyant sur un réseau de producteurs référents (ceux qui ont lancé la démarche dans le département). L'attribution des marchés est soumise à plusieurs critères : un évitement des « doublons » (deux producteurs d'un même produit sur un même marché), une priorité à l'ancienneté (pour favoriser ceux qui ont pris le risque de se lancer les premiers sur un marché) et à la proximité géographique enfin. Les MPP apparaissent comme un type de marché peu investi par les producteurs de fruits et légumes ce qui s'explique par la faible valorisation économique qu'ils permettent au regard d'autres formes de vente directe, et par l'obligation de proposer un plat (ce qui implique donc un matériel de cuisine sur place, investissement coûteux pour la plupart des producteurs).
OPA2	Entretien réalisé en décembre 2012 avec une technicienne de la Chambre régionale d'agriculture d'Aquitaine chargée du développement des circuits courts à l'échelle régionale. Elle déclare n'avoir pas de compétence particulière dans l'accompagnement de ces démarches, en raison de l'intérêt encore récent des chambres pour elles. Elle gère l'animation des deux réseaux labellisés par la chambre (Bienvenue à la ferme et MPP) autour de la valorisation des produits des exploitations. Ces deux réseaux sont de taille importante (650 adhérents à BAF, à peu près autant pour les MPP). En parallèle, cette technicienne est en lien avec le Conseil régional d'Aquitaine sur un projet d'observatoire régional des circuits courts (mais ce projet n'a jamais véritablement abouti, faute de moyens). Elle participe également à un réseau national d'échanges autour des plateformes d'approvisionnement de la restauration collective en produits issus de circuits courts.
OPA3	Entretien réalisé en février 2014 avec une salariée d'une association de producteurs biologiques girondins dont les missions principales étaient d'appuyer le

	<p>développement des projets collectifs des producteurs, de développer la vente en circuits courts (notamment sur la structuration des débouchés en restauration collective) et de valoriser le développement de la filière biologique en Gironde. L'association était à l'époque composée de 180 adhérents (140 viticulteurs, les 40 restants étant principalement des maraîchers et des éleveurs). Jusqu'en 2013, l'association salariait un conseiller en maraîchage mais a dû le licencier faute d'activité. Cette technicienne a notamment porté un projet de réintroduction d'un groupement de producteurs sur le carreau du MIN de Brienne : elle a été chargée de réunir les partenaires institutionnels autour de la table et de créer la structure juridique de l'entreprise (une SCIC), sans avoir accès aux producteurs qui seraient susceptibles de rentrer dans la démarche, le directeur du MIN ayant confié ce travail au directeur de la Sica maraîchère (OP4) qui quittera finalement le projet. Cet entretien a aussi permis de faire ressortir les tensions existant entre les différents réseaux de l'AB en Aquitaine. D'un côté, Bio d'Aquitaine, l'association régionale des producteurs biologiques (à laquelle adhère Agrobio Gironde) cherche à promouvoir les démarches de producteurs, tandis que de l'autre, Arbio Aquitaine, l'interprofession régionale du bio cherche surtout à promouvoir la filière. Pour cette salariée, le problème de l'interprofession est le manque de représentation des producteurs et le poids qu'y occupent les acteurs de l'aval qui tendent à négliger le point de vue et les intérêts des acteurs de l'amont, notamment sur le développement des approvisionnements directs en restauration collective.</p>
OPA4	<p>Entretien réalisé en novembre 2012 avec un technicien de la Chambre d'agriculture de la Gironde en charge de l'animation du drive fermier. Recruté pour créer un site permettant de recenser les producteurs du département vendant via des circuits courts, l'essentiel de son temps était, à ce moment, consacré à l'animation du drive, encore en phase de rodage et d'expérimentation. Ce drive fermier regroupe une vingtaine de producteurs des réseaux MPP et BAF (sans que l'appartenance à ces réseaux soit un prérequis pour faire partie de la démarche) de Gironde. Les clients passent commande sur Internet, payent en ligne et viennent récupérer leurs produits dans trois points de retrait situés près de sorties de rocade autour de l'agglomération, l'un étant situé dans les locaux de la Sica maraîchère (OP4). La démarche est encadrée par un cahier des charges. Celui-ci ne porte pas sur les modes de production mais fournit des garde-fous encadrant les niveaux de prix : les prix de vente sur le drive doivent être équivalents à ceux pratiqués sur la ferme ou les marchés. Il précise aussi des obligations de permanence pour les producteurs qui doivent être présents à certains moments lors des distributions afin de rencontrer leurs clients et d'établir un lien social. Au moment de l'entretien, les problématiques autour de ce drive sont essentiellement liées à l'organisation des ventes pour gérer au mieux les commandes et ne pas frustrer les clients. La fonction de ce technicien est donc une fonction de coordination : il recrute les producteurs, gère les commandes et les demandes ou les plaintes des clients, va à la rencontre de nouvelles communes en vue de développer de nouvelles ouvertures, etc.</p>
OPA5	<p>Entretien réalisé en décembre 2013 avec la salariée d'une association girondine de producteurs de fruits et légumes. Recrutée en 2012, cette technicienne agricole est chargée de fournir un appui technique individuel (visites, bilans culturaux annuels, aide à la décision et à la sélection des variétés, etc.), ou collectif (bulletin d'information) aux maraîchers du département. Elle est également chargée de fournir un appui technico-économique à l'ensemble des porteurs de projet d'installation en maraîchage et aux nouveaux installés du département. Pour cette deuxième mission, elle est en lien direct avec une conseillère en installation de la Chambre d'agriculture</p>

	<p>(dans les locaux de laquelle elle est hébergée) et participe au suivi des dossiers. Enfin, elle assume également une fonction de coordination sur les problématiques d'accès au foncier, en lien avec les collectivités territoriales (Région, CG, Bordeaux métropole) pour repérer le foncier agricole disponible et le mettre à disposition des candidats à l'installation. Enfin, elle intervient par des formations techniques dans le cadre d'une formation pour adulte délivrant le statut de chef d'exploitation en maraîchage et suit également la construction des projets des stagiaires. Dans un contexte local marqué par l'évolution des profils des candidats à l'installation en maraîchage, son but est d'accompagner leur professionnalisation et la recherche d'une forme d'équilibre entre leur projet initial et les impératifs technico-économiques propres à l'agriculture.</p>
OPA6	<p>Entretien réalisé en janvier 2014 avec la chargée de mission fruits et légumes de l'interprofession régionale de l'AB, Arbio Aquitaine. Sa principale fonction est d'animer la commission fruits et légumes au sein d'Arbio qui réunit des OP, des transformateurs, des distributeurs et des techniciens des Chambres d'agriculture autour des problématiques liées à la mise en culture, à l'organisation de la filière à l'échelle régionale, à la nécessité des acteurs de l'amont de répondre aux exigences qualitatives des distributeurs, et à la communication (par exemple, campagne d'information sur la saison du kiwi en France pour lutter contre la désaisonnalisation du marché induite par les importations néo-zélandaises et chiliennes). Elle a ensuite une fonction d'appui aux opérateurs économiques souhaitant développer une filière sur un produit particulier : elle les aide à monter leur filière d'un point de vue technico-économique et gère le suivi administratif des dossiers. Enfin, elle s'occupe de la promotion des filières aquitaines de fruits et légumes biologiques (organisation et participation à des salons nationaux ou internationaux). Cet entretien, de manière générale, a été surtout une source d'information sur la situation de la filière des fruits et légumes biologiques en Aquitaine.</p>
OPA7	<p>Entretien réalisé en janvier 2014 avec la chargée de mission Restauration hors domicile d'Arbio Aquitaine. Elle anime et coordonne, au sein de l'interprofession, les démarches visant à développer les approvisionnements des restaurants scolaires en produits bio et locaux. Au moment de l'entretien, elle accompagnait deux projets d'introduction de produits bio et locaux dans les restaurants scolaires de 24 collèges du Lot-et-Garonne et dans 10 collèges pilotes de la Gironde (avant l'ouverture à 10 autres collèges l'année d'après). En Gironde, son interlocutrice privilégiée est la chargée de mission circuits courts du CG 33 (CT6), tandis qu'en Lot-et-Garonne, c'est une technicienne de la Chambre d'agriculture. Dans tous les cas, ces deux interlocutrices complètent son approche, en amenant la valorisation des produits locaux (et elle, la valorisation des produits bio). Toutes ces démarches sont en outre suivies par l'association 1+Bio, qui s'est spécialisée dans l'accompagnement des collectivités souhaitant introduire dans leurs services de restauration collective des produits biologiques. Concrètement, sa fonction l'amène à former les gestionnaires et cuisiniers des collèges autour des enjeux liés à l'introduction de ces produits (gestion des commandes, précautions liées à l'introduction progressive pour ne pas faire exploser les coûts des tickets de cantine pour les parents, pédagogie vis-à-vis des convives, etc.). Son action porte aussi sur les producteurs, pour les amener à se structurer afin de répondre à ces demandes, avec lesquelles ils ont souvent du mal à se familiariser.</p>
OPA8	<p>Entretien réalisé en mai 2015 avec le directeur du service Communication – Promotion – Agritourisme de la Chambre d'agriculture de la Gironde. Le service dont il a la charge gère à la fois la communication institutionnelle sur les services et</p>

	<p>les actions de la chambre, la promotion des produits et filières de qualité sur les salons professionnels, et l'accompagnement des démarches d'agritourisme mises en œuvre par les agriculteurs. Parallèlement, son service gère les trois marques de la chambre orientées vers la commercialisation en circuits courts : MPP / BAF, Producteurs girondins (site référençant les producteurs du département commercialisant en circuits courts) et Drive fermier / BAF. Cet acteur est le directeur du service depuis maintenant dix ans et il a pu noter l'intérêt renouvelé de la part des agriculteurs, mais surtout des collectivités territoriales, pour le développement des circuits courts de proximité à l'échelle départementale. L'accompagnement des démarches par le service a évolué : d'abord une entrée touristique ayant amené la question de la promotion des produits, puis en parallèle un accompagnement des démarches orientées principalement vers la commercialisation en vente directe : organisation des MPP à partir de 2004, puis orientation vers l'accompagnement des démarches liées au e-commerce depuis 2011. D'autres pistes d'accompagnement des CCP ont été initiées, puis abandonnées, comme l'accompagnement à la création de magasins de producteurs. Plus récemment, l'intérêt des collectivités pour l'approvisionnement des restaurants scolaires en produits locaux a éveillé l'intérêt de certains élus de la chambre, sans que celle-ci ait pour le moment trouvé la manière d'y répondre. Il admet dans l'ensemble une difficulté à travailler avec les « nouveaux » échelons de gouvernement territorial et reconnaît que la chambre girondine a délaissé cette approche territoriale, sur laquelle elle cherche aujourd'hui à reprendre la main.</p>
OPA9	<p>Entretien réalisé en novembre 2015 avec l'animatrice de l'Association Girondine de l'Agriculture Paysanne (AGAP33). Cette association est fortement associée à la Confédération paysanne, dont elle est en quelque sorte le « bras armé » sur le terrain et cherche à mettre en œuvre le programme politique. Elle est en même temps membre du réseau national de la Fédération des Associations pour le Développement et l'Emploi Agricole et Rural (FADEAR). Sa mission réside principalement dans la diffusion des principes, des valeurs et des démarches associées à l'agriculture paysanne en Gironde. De manière opérationnelle, cette animatrice est chargée de plusieurs missions : suivre et accompagner les démarches d'installation des jeunes agriculteurs et l'animation de réseaux d'échange et de rencontres entre agriculteurs et citoyens autour de partages d'expérience et de formations, de visites de fermes, d'ateliers-débat, etc. Après avoir mené il y a quelques années un travail collectif autour de la commercialisation des produits agricoles, l'AGAP se détourne aujourd'hui de ces questions, faute de moyen, pour privilégier un travail portant sur l'auto-construction et la qualité des produits. Son principal champ d'intervention renvoie à la partie foncière et installation. La commission « Foncier » travaille ainsi au repérage, avec les collectivités, des terres agricoles disponibles pour y installer des porteurs de projet. De plus, l'AGAP bénéficie depuis 2014 d'un statut lui permettant d'être reconnue comme structure d'accompagnement à l'installation, dans le cadre de la reconnaissance de la pluralité des modèles de développement agricole.</p>



1. Dordogne (24)
2. Gironde (33)
3. Landes (40)
4. Lot-et-Garonne (47)
5. Pyrénées-Atlantiques (64)
6. Autre → Hors quotas

## **Caractéristiques de l'exploitation**

**Q5. Quel est le statut juridique de l'entreprise agricole?**

**ENQ : CITER - Plusieurs réponses possibles**

1. Exploitant individuel
2. Exploitant en société
3. Société EARL
4. GAEC (groupement agricole d'exploitation en commun)
5. Autre, préciser (**ne pas citer**)
6. NSP

**Q6. S'agit-il d'une...**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Création d'exploitation
2. Reprise d'exploitation

**Q6.bis Date/Année**

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

## **Main d'œuvre**

**Q8. Dans le cadre de votre activité de production et de commercialisation des fruits et légumes, combien de salariés permanents avez-vous, en équivalent temps plein sur une année, vous y compris ?**

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

**Q9. Toujours dans le cadre de votre activité de production et de commercialisation des fruits et légumes, combien d'employés saisonniers avez-vous? (Toujours en équivalent temps plein sur une année)**

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

**Q10. Pour votre activité de production et de commercialisation de fruits et légumes, vous arrive-t-il de faire appel à de la main d'œuvre familiale bénévole ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

### **Structure de l'exploitation**

*Filtre : à ceux qui cultivent des fruits(Q1)*

**Q11. Vous est-il possible d'évaluer le volume de la production annuelle de fruits?**

**ENQ : NE PAS CITER - 1 réponse possible**

1. Oui, en tonne
2. Oui, en paniers
3. Non, ce n'est pas possible
4. NSP

*Filtre : à ceux qui cultivent des fruits(Q1)*

**Q11.b Volume (NE PAS CITER)**

**ENQ : Question Numérique-NSP (000)-NE PAS CITER**

\ \

*Filtre : à ceux qui cultivent des légumes (Q1)*

**Q11.c. Vous est-il possible d'évaluer le volume de la production annuelle de légumes?**

**ENQ : NE PAS CITER - 1 réponse possible**

1. Oui, en tonne
2. Oui, en paniers
3. Non, ce n'est pas possible
4. NSP

*Filtre : à ceux qui cultivent des légumes (Q1)*

**Q11.d Volume (NE PAS CITER)**

**ENQ : Question Numérique-NSP (000) -NE PAS CITER**

\ \

**Q11.e. Recod. Production annuelle total? (NE PAS CITER)**

1. En tonne
2. En paniers
3. NSP

**Q11.f Volume total. (NE PAS CITER)**

**ENQ : Question Numérique-NSP (000) -NE PAS CITER**

\_\_\_\_\_

**Q12.a En complément de ces ateliers fruits et/ou légumes, avez-vous d'autres activités agricoles ?**

**ENQ : Citer – Une réponse possible**

1. Oui
2. Non

*Filtre : à ceux qui ont d'autres autres activités agricole.*

**Q12.b Lesquels (laquelle)?**

**ENQ : CITER - Plusieurs réponses possibles**

1. Culture de céréales
2. Culture oléagineuse
3. Culture de fleurs et plantes ornementales
4. Viticulture
5. Elevage
6. Autre, précisez
7. NSP

**Q13. Recod-activité agricole(NE PAS CITER)**

**NE PAS CITER ENQ. (ATTENTION CULTURE DES FRAISES OU MELONS SERA CONSIDEREE COMME FRUIT POUR CETTE QUESTION)**

1. Fruits uniquement
2. Fruits (principale) et légumes (secondaire)
3. Fruits (principale) et autres activités agricole
4. Fruits (principale), légumes et autres activités agricole
5. Légumes uniquement
6. Légumes (principale) et fruits (secondaire)
7. Légumes (principale) et autres activités agricole
8. Légumes (principale), fruits et autres activités agricole
9. **A recoder**

**Q13.b Recod-activité agricole principale QUOTAS(NE PAS CITER)**

**NE PAS CITER ENQ . (ATTENTION CULTURE DES FRAISES OU MELONS SERA CONSIDEREE COMME LEGUME POUR CETTE QUESTION)**

1. Fruits
2. Légumes
3. **A recoder**

*Filtre : à ceux qui cultivent des fruits(Q1)*





	domicile	2. non		
Q17.f	La vente par correspondance (Internet)	1. oui 2. non	Q18.f	
Q17.g	Vente en salons et foires	1. oui 2. non	Q18.g	
Q17.h	Vente à la restauration commerciale	1. oui 2. non	Q18.h	
Q17.i	Vente à La restauration collective	1. oui 2. non	Q18.i	
Q17.j	Vente aux commerçants détaillants	1. oui 2. non	Q18.j	
Q17.k	Vente aux GMS-approvisionnement direct des magasins	1. oui 2. non	Q18.k	
Q17.l	Vente au GMS-par l'intermédiaire d'une centrale d'achat	1. oui 2. non	Q18.l	
Q17.m	Vente à une coopérative	1. oui 2. non	Q18.m	
Q17.n	Vente à un grossiste, à un expéditeur, à un négociant ou mandataire	1. oui 2. non	Q18.n	
Q17.o	Contrats industriels, vente aux IAA	1. oui 2. non	Q18.o	

**Q19.a Recod-** Nombre de mode de commercialisation utilisé (Pourcentage CA le plus élevé) (NE PAS CITER)

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

**Q19.b Recod-** Mode de commercialisation principal (Pourcentage CA le plus élevé) (NE PAS CITER)

**ENQ : NE PAS CITER – une réponse possible**

1. Vente sur l'exploitation
2. Vente en point de vente collectif (magasin producteurs)
3. Vente sur les marchés de plein vent
4. Vente sur les marchés réservés aux producteurs et/ou artisans
5. Vente en tournée, à domicile
6. Vente par correspondance (Internet,...)
7. Vente en paniers (type AMAP)
8. Vente en salons et foires
9. Restauration commerciale
10. Restauration collective
11. Commerçant détaillant
12. GMS-approvisionnement des magasins

13. GMS-référent en centrale d'achat
14. Expédition à la coopérative
15. Grossistes, Expéditeurs, Négociants/mandataires

**Q20. Dans le cadre de vos activités de commercialisation, vous arrive-t-il d'être mis en concurrence par vos clients ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Jamais
2. De temps en temps
3. Souvent
4. Toujours
5. NSP

*Filtre : à ceux qui ne répondent pas « Jamais »*

**Q21. Sur quels critères êtes-vous mis en concurrence ?**

**ENQ : NE PAS CITER – plusieurs réponses possibles**

1. Les prix
2. La qualité
3. Autre, préciser
4. NSP

**Q22. Comment fixez-vous vos prix de vente ?**

**ENQ : NE PAS CITER – plusieurs réponses possibles**

1. En fonction de mes coûts de production
2. En fonction des prix de mes concurrents/de mes collègues
3. En fonction de mes liens avec le client
4. C'est le client qui fixe les prix
5. Je ne peux pas répondre, cela dépend trop des circuits de commercialisation
6. NSP

**Q23. D'une manière générale, vous sentez-vous maître de vos prix ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Non, pas du tout
2. Plutôt non
3. Plutôt oui
4. Oui, tout à fait
5. NSP

**Q24. Comment qualifieriez-vous l'impact ou l'influence de la concurrence dans votre activité quotidienne ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Très faible
2. Faible

3. Forte
4. Très forte
5. NSP

**Q25. Où commercialisez-vous principalement vos fruits et/ou légumes? Ordonnez vos réponses.**

**(Attention lorsque le mode de commercialisation prend en compte un ou plusieurs intermédiaires, indiquer la zone géographique du premier intermédiaire avec qui vous êtes en contact)**

**ENQ : CITER - 3 réponses possibles-Ordonner**

1. En Dordogne (24)
2. En Gironde (33)
3. Dans les Landes (40)
4. Dans le Lot-et-Garonne (47)
5. Dans les Pyrénées-Atlantiques (64)
6. Dans d'autres départements frontaliers
7. Dans toute de la France
8. Dans l'Europe
9. Dans le monde
10. NSP

**Q26. Donc vous commercialisez vos produits dans un rayon de... Pensez à ordonnez vos réponses.**

**ENQ : CITER – 3 réponses possibles - Ordonner**

1. De 20 km
2. De 21 km à 80 km
3. De 81 km à 150 km
4. Plus de 150 km
5. NSP

**Q27. Achetez-vous une partie des produits que vous commercialisez à d'autres entreprises agricoles ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

**Q28. Donc vous commercialisez...Pensez à ordonner vos réponses**

**ENQ : CITER – Plusieurs réponses possibles-Ordonner**

1. Des produits bruts
2. Des produits conditionnés sur l'exploitation
3. Des produits conditionnés à l'extérieur de l'exploitation
4. Des produits transformés sur l'exploitation
5. Des produits transformés à l'extérieur de l'exploitation
6. NSP

**Q29.a Commercialisez-vous vos produits sous une marque commerciale ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

**Q29.b Si oui, laquelle (lesquelles) ?**

**ENQ : Question Texte-NSP(000)**

\ \

## **Production**

**Q30. Par ordre d'importance, quels sont vos modes de production?**

**ENQ : CITER – Plusieurs réponses possibles-Ordonner**

1. Plein champ
2. Verger
3. Serres chauffées
4. Abris froids/tunnels
5. Autre, préciser ... **(Ne pas Citer)**
6. NSP

*Filter : à ceux qui cultivent des Fruits (Q1)*

**Q31.a Combien de fruits cultivez-vous à l'année... Attention, sans compter les différentes variétés d'un même fruit**

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\ \

*Filter : à ceux qui cultivent des Fruits (Q1)*

**Q31.b Cultivez-vous différentes variétés des fruits que vous venez de me citer?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

*Filter : à ceux qui cultivent des légumes (Q1)*

**Q32.a Combien de légumes cultivez-vous à l'année... Attention, sans compter les différentes variétés d'un même légume.**

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\ \

*Filter : à ceux qui cultivent des légumes (Q1)*

**Q32.b Cultivez-vous différentes variétés des légumes que vous venez de me citer?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

**Q33. Réalisez-vous les plants de semences utilisés sur votre exploitation ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui, une partie
2. Oui, la totalité
3. Non

**Q34. Quelles sont les trois principales qualités que vous recherchez dans les variétés que vous cultivez ? Ordonner vos réponses**

**ENQ : CITER - 3 réponses possibles-Ordonner**

1. Rendements
2. Résistance aux aléas climatiques
3. Aspect visuel
4. Calibre
5. Tenue, conservation
6. Goût
7. Variété ancienne
8. Autres, précisez
9. NSP

**Q35. Êtes-vous en lien avec un centre d'expérimentation agronomique pour votre culture de fruits et légumes (type station INVENIO, CTIFL, INRA)?**

**ENQ : CITER – une seule réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

**Q36. Votre exploitation est-elle concernée par un suivi technique extérieur ?**

**ENQ : CITER – une seule réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

*Filtre : à ceux qui répondent OUI*

**Q36.bis Lequel ?**

**ENQ : NE PAS CITER – plusieurs réponses possibles**

1. Technicien de la Chambre d'agriculture

2. CIVAM et réseaux de l'agriculture biologique
3. Techniciens des industries phytosanitaires
4. Techniciens de la coopérative
5. Autre, précisez

**Q37. Pratiquez-vous dans le cadre de votre exploitation une activité de diversification hors production agricole?**

**ENQ : CITER – une seule réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

*Filtre : à ceux qui répondent OUI*

**Q37.bis. Laquelle ?**

**ENQ : CITER SI BESOIN– plusieurs réponses possibles**

1. Préparation de plats artisanaux
2. Sylviculture/Transformation de bois
3. Hébergement/Restauration
4. Activités de loisir
5. Artisanat
6. Autre, précisez

## **Certifications**

**Q38. Vos produits (fruits et légumes) bénéficient-ils d'une certification ou appellation particulière ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

*Filtre : à ceux qui répondent OUI*

**Q38.bis Laquelle ?**

**ENQ : NE PAS CITER – plusieurs réponses possibles**

1. AB
2. AOP
3. AOC
4. Certificat de conformité produit (CCP)
5. IGP
6. STG (spécialité traditionnelle garantie)
7. Autre, préciser

**Q.39 Votre exploitation bénéficie-t-elle d'une certification environnementale?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

*Filtre : à ceux qui répondent OUI*

**Q39.bis Laquelle**

**ENQ : NE PAS CITER – plusieurs réponses possibles**

1. Agriculture raisonnée
2. AREA
3. HVE (haute valeur environnementale)
4. Autre, préciser

*Filtre : à ceux qui bénéficient d'une certification*

**Q40.a De manière générale, diriez-vous que ces certifications vous ont permis ...d'accéder à de nouveaux débouchés?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

*Filtre : à ceux qui bénéficient d'une certification*

**Q40.b (De manière générale, diriez-vous que ces certifications vous ont permis... )De mieux valoriser économiquement vos produits?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non
3. NSP

**Q41. Avez-vous adopté un ou plusieurs référentiels privés?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

4. Oui
5. Non
6. NSP

*Filtre : à ceux qui répondent OUI*

**Q41.bis Lesquels (Global Gap, PFI, etc.) ?**

**ENQ : Question Texte-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

*Filtre : à ceux qui répondent OUI*

**Q42.a De manière générale, diriez-vous que ces référentiels privé vous ont permis ...d'accéder à de nouveaux débouchés?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

4. Oui
5. Non
6. NSP

**Q42.b (De manière générale, diriez-vous que ces référentiels privés vous ont permis... )De mieux valoriser économiquement vous produits?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

4. Oui
5. Non
6. NSP

### **Subventions et aides publiques**

**Q43.a Lors des 3 dernières années, avez-vous contracté un prêt bancaire dans le cadre de votre activité de production et/ou de commercialisation?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

**Q43.b Quels étaient les trois principaux objectifs de ce prêt ?**

**ENQ : NE PAS CITER - 3 réponses possibles**

1. Achat de machines agricoles et/ou serres, tunnels
2. Achat de terres
3. Investissement dans l'atelier transformation/conditionnement
4. Mise aux normes environnementales
5. Mise aux normes sanitaires
6. Mise aux normes pour l'obtention ou le maintien d'une certification
7. Investissements liés à la commercialisation (magasin, camion pour les marchés, site Internet, banderoles...)
8. Autre, préciser...

**Q44.a Lors des 3 dernières années avez-vous bénéficié d'une subvention publique?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

*Filtre : Filtre : à ceux qui répondent Oui*

**Q44.b De la part de ...**

**ENQ : NE PAS CITER - Plusieurs réponses possibles**

1. Conseil général
2. Conseil régional
3. Etat
4. Europe
5. Autres, précisez
6. NSP

*Filtre : Filtre : à ceux qui répondent Oui en Q.39*

**Q45.a Lors des 3 dernières années avez-vous bénéficié d'une subvention liée à l'activité de commercialisation en circuits courts?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

*Filtre : Filtre : à ceux qui répondent Oui*

**Q45.b De la part de ...**

**ENQ : NE PAS CITER - Plusieurs réponses possibles**

1. Conseil général
2. Conseil régional
3. Etat
4. Europe
5. Autre, préciser
6. NSP

**Communication**

**Q46. Dans votre métier, généralement, vous êtes plutôt en contact avec : Ordonner les 3 principaux interlocuteurs**

**ENQ : CITER - 3 réponses possibles-Ordonner**

1. Consommateurs
2. Grossistes
3. Restaurateurs
4. Acheteurs grande distribution
5. Collègues de la filière, de l'OP
6. Autres agriculteurs (éleveurs, céréaliers, etc.)
7. Techniciens
8. Stagiaires, apprentis
9. Aucun contact (**Ne pas citer**)
10. Autre, préciser

**Q47. Généralement, par quel biais rencontrez-vous ou échangez-vous avec d'autres professionnels de la filière fruits et légumes? Ordonner les 3 principaux modes de rencontres**

**ENQ : CITER - 3 réponses possibles-Ordonner**

1. Réunions techniques, journées de formation
2. Rencontres professionnelles
3. Activités syndicales
4. Forums militants et/ou altermondialistes
5. Lors d'activités liées à la commercialisation (marchés, foires)
6. Salons professionnels
7. Jurys scolaires et professionnels
8. Autre, préciser
9. Aucun contact avec d'autres professionnels de la filière **(Ne pas citer)**
10. NSP

*Filter : Sauf ceux qui n'ont pas de contacts avec d'autres professionnels de la filière.*

**Q48. Lors de ces échanges, de quoi parlez-vous ? Ordonner les 3 principaux sujets d'échanges**

**ENQ : CITER - 3 réponses possibles-Ordonner**

1. Situation de l'agriculture en général
2. Situation de la filière et de ses entreprises
3. Conseils, échanges techniques
4. Opportunités de commercialisation, évolution des marchés
5. Discussions personnelles (familles, amis)
6. Aucun, sujet particulier
7. Autres, préciser

**Q49. Par quel(s) moyen(s) rentrez-vous en contact direct avec le consommateur final? Ordonner les 3 principaux moyens de contacts**

**ENQ : CITER - 3 réponses possibles-Ordonner**

1. Lors de ventes directes (marchés, foires,...)
2. Visites de l'exploitation
3. Banderoles, affichage publicitaire
4. Internet
5. Par le bouche-à-oreilles
6. Carnet d'adresse personnel (amis, voisinage,...)
7. Accompagnement d'un organisme (association de consommateurs)
8. Autre, précisez
9. Aucun contact avec le consommateur final **(Ne pas citer)**
10. NSP

**Q50.a Dans le cadre de votre activité professionnelle, adhérez-vous à une ou des associations ou réseaux particuliers ?**

**ENQ : CITER - une réponse possible**

1. Oui

2. Non

**Q50.b Laquelle ?**

**ENQ : NE PAS CITER – Plusieurs réponses possibles**

1. Bienvenue à la Ferme
2. Accueil Paysan
3. Marché des producteurs de pays (label Chambre d'agriculture)
4. Route thématiques
5. De ferme à ferme
6. Fermes ouvertes
7. Groupements de producteur indépendants (hors AMAP)
8. Fruits et légumes d'Aquitaine
9. Autre, préciser
10. NSP

## **Formation**

**Q51. Est-ce que l'un de vos parents travaillait déjà dans le secteur agricole ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible (si oui prendre le parent le plus qualifié)**

1. Non
2. Oui, en tant d'agriculteur exploitant
3. Oui, en tant que salarié d'une exploitation agricole
4. NSP

**Q51.bis Est-ce que l'un de vos grands-parents travaillait déjà dans le secteur agricole ?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible (si oui prendre le parent le plus qualifié)**

1. Non
2. Oui, en tant d'agriculteur exploitant
3. Oui, en tant que salarié d'une exploitation agricole
4. NSP

**Q52.a Avez-vous suivi une formation agricole particulière ?**

**ENQ : CITER – Une réponse possible ou combinaison (4+1/2/3)**

1. Oui, formation de l'éducation nationale, jusqu'au BAC(BAC pro agricole)
2. Oui, étude supérieure courte (BTS, IUT, Licence)
3. Oui, étude supérieur longue (Master, Ecole d'ingénieur)
4. Oui, un ensemble de formations professionnelles
5. Non, pas de formations agricoles particulières
6. NSP

*Filtre : Sauf ceux qui ont suivi une formation agricole*

**Q52.b : Ces formations étaient-elles liées aux spécificités de la commercialisation en circuits courts ?**

**ENQ : CITER – Une réponse possible**

1. Oui
2. Non

**Q53.a Avez-vous suivi ou suivez-vous une formation particulière vous préparant ou vous aidant à assumer les fonctions de chef d'entreprise ?**

**ENQ : CITER – Une réponse possible ou combinaison (1 et 2)**

1. Oui, lors de mes études
2. Oui, par le biais formations professionnelles (Préciser si nécessaire : organisées par l'AFOG, les CIVAM, les Chambres d'agriculture)
3. Non, aucune formation particulière
4. NSP

*Filtre : Sauf ceux qui ont suivi une formation pour le statut de chef d'entreprise.*

**Q53.b : Ces formations étaient-elles liées aux spécificités de la commercialisation en circuits courts ?**

**ENQ : CITER – Une réponse possible**

3. Oui
4. Non

**Q54. Êtes-vous déjà intervenu en tant que formateur ou enseignant dans un parcours particulier?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

### **Engagement citoyen**

**Q55.a Occupez-vous actuellement un poste à responsabilité au sein d'une association, d'un réseau ou d'un syndicat de professionnels?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

*Filtre : Filtre : à ceux qui répondent Oui*

**Q55.b Le(s)quel(s)?**

**ENQ : Question Texte-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

**Q56.a Occupez-vous actuellement un poste d'élu (maire, conseiller municipal,...) hors monde syndical et professionnel?**

**ENQ : CITER - 1 réponse possible**

1. Oui
2. Non

*Filtre : Filtre : à ceux qui répondent Oui*

**Q56.b Le(s)quel(s)?**

**ENQ : Question Texte-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

**Q57. En politique, on se classe souvent avec les termes de « gauche » et de « droite ». Sur une échelle de 0 à 10, où vous placerez-vous, vous personnellement, la note 0 signifiant que vous vous placez très à gauche et la note 10 que vous vous placez très à droite ? Les notes intermédiaires servent à nuancer votre placement.**

**ENQ : Question Numérique-NSP(000)**

\_\_\_\_\_

### **Projet et attentes**

**Q58. Dans les trois années à venir, avez-vous des projets particuliers qui concernent l'exploitation et la commercialisation des fruits et légumes ?**

**ENQ : NE PAS CITER – Plusieurs réponses possibles**

1. Adhérer à une coopérative
2. Sortir du mouvement coopératif
3. Adhérer à un réseau, une association
4. Agrandir l'exploitation
5. Améliorer l'empreinte environnementale de la production
6. Demander une certification ou une appellation
7. Développer une activité de diversification non agricole
8. Développer une autre production agricole
9. Développer la commercialisation en circuits courts
10. Investir dans de nouveaux équipements (ex : machines agricoles)
11. Autre, précisez
12. Aucun projet particulier
13. NSP

**Q59. Dans quel(s) domaine(s) votre exploitation agricole a-t-elle besoin d'être accompagnée ?**

**ENQ : CITER AU BESOIN – Plusieurs réponses possibles**

1. Accès aux crédits bancaires et financements
2. Formation
3. Veille (concurrents, marchés, réglementations technologiques...)
4. Conseil (innovation, développement, performance...)
5. Recrutement-Ressources humaines
6. Développement durable-environnemental

7. TIC (technologies de l'information et de la communication)
8. Développement économique
9. Mise en réseau
10. Valorisation auprès du consommateur final
11. Autres (précisez)
12. Aucun besoin d'accompagnement (**Ne pas citer**)
13. NSP

#### **Annexe 4 : Le MIN de Brienne (Bordeaux), récit d'un échec programmé**

Historiquement, le marché de gros alimentaire à Bordeaux était situé aux abords du quartier Saint-Michel, sur la place des Capucins et servait à la première mise en marché des productions maraîchères locales. En 1878, la mairie de Bordeaux fait bâtir deux halles de type Baltard sur le modèle des halles parisiennes. Rapidement après la construction des halles métalliques, le marché des Capucins étend son rayon d'influence à 200 kilomètres autour de Bordeaux. La clientèle du marché est alors constituée d'épiciers, des restaurants, des collectivités et des particuliers. Au centre de la grande halle se trouvent les mandataires en fruits et légumes (les revendeurs-grossistes) et côté ouest les maraîchers dont le nombre croît rapidement (1200 en 1898).

Dans l'après-guerre, le marché des Capucins est à la fois une place économique centrale pour le commerce et la production locale et un des bastions du « chabanisme », le député-maire y ayant de solides appuis politiques, incarnés, pour la petite histoire, par la famille Moga, d'origine bèglaise, dont les quatre frères, bouchers de profession et coéquipiers de Chaban dans le club de rugby de leur ville d'origine, constituaient la garde rapprochée (n'hésitant pas, au passage, à recadrer verbalement ou physiquement ceux qui s'emportaient un peu trop vivement contre l' élu local) (Dabitch, 2005).

Pourtant, dès 1950, les nuisances sonores pour le voisinage, les problèmes de circulation suscités par le va-et-vient des camions livrant les revendeurs, la vétusté des locaux, etc. mettent en lumière l'inadaptation croissante de ce marché face aux nouveaux enjeux du commerce des produits alimentaires. En 1958, une société d'économie mixte est créée qui gèrera le futur Marché d'Intérêt National implanté dans le quartier de Brienne (excentré du centre-ville, proche de la gare et des abattoirs). Dans le même temps, la mairie, entreprend la rénovation du marché des Capucins qui double alors quasiment sa superficie. C'est le début de ce que J. Chaban-Delmas qualifiera de « guerre des marchés » (Dabitch, 2005).

Le principal point de discordance entre les « capucinards » et les « pionniers » de Brienne porte sur la création d'un double périmètre de protection du MIN de Brienne interdisant le commerce de gros en fruits et légumes dans un périmètre incluant les Capucins. De plus, les pionniers de Brienne réclament la polyvalence de ce nouveau marché, de manière à ce qu'il ne soit pas uniquement réservé aux fruits et légumes. Mais la mairie s'oppose à ces deux éléments et J. Chaban-Delmas défend l'idée, unique en France, d'une complémentarité entre les deux marchés et va même plus loin en réservant le privilège de la polyvalence au marché des Capucins.

Cette décision politique crée donc une situation inédite en France, puisque cohabiteront ensemble deux marchés de gros aux fonctions complémentaires, cette complémentarité n'étant toutefois pas synonyme d'efficacité économique. Ainsi, des 100 000 tonnes annuelles qui transitaient par les Capucins en 1966 on ne compte, 30 ans après, plus que 15 000 tonnes et le marché des Capucins en vient à assumer une fonction de détail, à mesure que la plupart des grossistes s'installent sur le Min de Brienne. Le marché des Capucins voit ainsi sa fonction redéfinie au cours des années 1980, puisque seuls quelques « résistants » continuent à mener des activités de gros autour du périmètre du marché.

La réfection du marché des Capucins, au cours des années 1990 et la suppression de la seconde halle entraînent la disparition de la fonction de gros et demi-gros du marché, ces activités étant désormais centralisées sur le MIN de Brienne. Les Capucins connaissent à ce moment-là une diminution importante de leur activité, et ce n'est qu'au début des années 2000 que l'activité reprend sur ce marché, du fait notamment de l'arrivée d'artisans-commerçants spécialisés en épicerie fine, en restauration du monde, etc. De fait, alors que les producteurs et les revendeurs de fruits et légumes y occupaient initialement une place centrale, les premiers ont quasiment tous déserté le marché (seuls un ou deux y ont un stand tous les jours de la semaine, et cinq ou six, en fonction des saisons, y viennent le week-end, période d'affluence) et les seconds n'y occupent plus une position centrale et ont souvent le sentiment d'appartenir à une époque en voie d'être révolue.

## Annexe 5 : Tableaux Chapitre 3

**Tableau 1 : Classement des exploitations aquitaines produisant des fruits ou des légumes par OTEX en 2010**

OTEX	Légumes		Fruits	
	Effectif	%	Effectif	%
Grandes cultures	<b>1078</b>	<b>34</b>	233	5
Maraîchage et horticulture	<b>774</b>	<b>25</b>	120	3
Viticulture	86	3	170	4
Fruits	117	4	<b>1884</b>	<b>43</b>
Elevage	<b>1083</b>	<b>35</b>	<b>1970</b>	<b>45</b>
Total	3138	100	4377	100

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 2 : Volume moyen de la production de fruits et légumes en fonction de la présence d'un atelier de production complémentaire (en tonnes)**

Diversification agricole	Volume moyen de la production de légumes	Volume moyen de la production de fruits
Autre activité agricole	250,73	713,6
Pas d'autre activité agricole	128	387,75
TOTAL	212,38	596,88

Source : Enquête projet Région « VFL »

NB : le volume moyen de la production de légumes n'est calculé que pour 32 exploitations, 51 n'en produisant pas, et 21 n'ayant pas été capables d'estimer leurs volumes de production. Pour celles produisant des fruits, 67 ont aussi fourni leur volume de production (17 n'ont pas su répondre, 20 ne produisaient pas de fruits).

**Tableau 3 : Activités de diversification des entreprises produisant des fruits ou des légumes**

Diversification agricole	Nb. cit.	Fréq.
Autre activité agricole	63	60,60%
Dont		
<i>Culture de céréales et d'oléagineux</i>	54	68,40%
<i>Culture de fleurs et plantes ornementales</i>	1	1,30%
<i>Viticulture</i>	4	5,10%
<i>Elevage</i>	14	17,70%
<i>Autre</i>	6	7,60%
Pas d'autre activité agricole	41	39,40%
TOTAL	104	100%

Source : Enquête projet Région « VFL »

NB : Le fait que la somme des observations citées pour le détail des activités de diversification ne soit pas égal au nombre des observations correspondant à la modalité « Autre activité agricole » tient à la possibilité de choisir plusieurs modalités de réponse à cette question.

**Tableau 4 : Classement des entreprises en fonction de leur combinaison d'ateliers de production**

	Nb. cit.	Fréq.
Fruits	19	18,30%
Fruits et légumes	8	7,70%
Fruits et autres activités agricoles	33	31,70%
Fruits, légumes et autres activités agricoles	6	5,80%
Légumes	8	7,70%
Légumes et fruits	8	7,70%
Légumes et autres activités agricoles	11	10,60%
Légumes, fruits et autres activités agricoles	11	10,60%
TOTAL CIT.	104	100%

Source : Enquête projet Région « VFL »

**Tableau 5 : Répartition des exploitations produisant des fruits ou des légumes en fonction de leur dimension économique en Aquitaine en 2010**

Taille des exploitations	Légumes		Fruits	
	Effectif	%	Effectif	%
Petites	821	26	1407	32
Moyennes	1142	36	1487	34
Grandes	1175	37	1483	34
<b>TOTAL</b>	<b>3138</b>	<b>100</b>	<b>4377</b>	<b>100</b>

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 6 : SAU des exploitations en fonction de leur principale production**

Principale production	SAU Totale				TOTAL
	Moins de 10 ha	De 10 à 20 ha	De 20 à 50 ha	Plus de 50 ha	
Fruits	13,50%	17,30%	25,00%	44,20%	100% (52)
Légumes	38,50%	19,20%	19,20%	23,10%	100% (52)
<b>TOTAL</b>	<b>26,00%</b>	<b>18,30%</b>	<b>22,10%</b>	<b>33,70%</b>	<b>100% (104)</b>

Source : Enquête projet Région « VFL »

La dépendance est significative.  $\chi^2 = 10,16$ , ddl = 3, 1-p = 98,27%.

V de Cramer : 9,77%

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en ligne établis sur 104 citations.

**Tableau 7 : Impact de la taille et de la production des exploitations sur le choix des circuits de commercialisation en Aquitaine en 2010**

	Taille	Pas de circuit court		Circuit court		Total
		Effectif	%	Effectif	%	
Fruits	Petites	1236	88	171	12	100 (1407)
	Moyennes	1228	83	259	17	100 (1487)
	Grandes	1251	84	232	16	100 (1483)
	<i>Total</i>	<i>3715</i>	<i>85</i>	<i>662</i>	<i>15</i>	<i>100 (4377)</i>
Légumes	Petites	318	39	503	61	100 (821)
	Moyennes	621	54	521	46	100 (1142)
	Grandes	904	77	271	23	100 (1175)
	<i>Total</i>	<i>1843</i>	<i>59</i>	<i>1295</i>	<i>49</i>	<i>100 (3138)</i>

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 8 : Principaux modes de commercialisation en circuits courts en Aquitaine en 2010**

Modes de commercialisation		Légumes		Fruits	
		Effectif	%	Effectif	%
Vente directe	Vente à la ferme	407	31	407	61
	Vente sur les marchés	603	47	326	49
	Vente en point de vente collectif	59	5	89	13
	Vente en paniers	53	4	31	5
	Vente en tournée, par correspondance, salons et foires	16	1	78	12
Vente indirecte	Restauration commerciale / collective	9	1	35	5
	Commerçants détaillants	79	6	122	18
	Grandes et moyennes surfaces	69	5	55	8
Total		1295	100	662	100

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

NB : Chaque exploitation de fruits devait citer les trois principaux modes de commercialisation qu'elle utilisait, ce qui explique le décalage entre le nombre total d'exploitations et le nombre d'observations, alors que pour celles produisant des légumes, seul le premier était conservé.

**Tableau 9 : Chiffre d'affaire moyen des exploitations en fonction de leur recours à un circuit court**

	Chiffre d'affaire
Au moins un circuit court	287 538
Pas de circuit court	742 141
TOTAL	458 014

Source : Enquête projet Région « VFL »

**Tableau 10 : Contribution des circuits courts à la réalisation du chiffre d'affaire en fonction de celui-ci**

Taille économique	Part de la commercialisation en CC dans le chiffre d'affaire			
	moins de 25 %	de 25 à 75 %	Plus de 75 %	TOTAL
Moins de 25 000	40,70%	29,60%	29,60%	100% (27)
De 25 à 100 000	23,80%	28,60%	47,60%	100% (21)
Plus de 100 000	75,00%	8,90%	16,10%	100% (56)
<b>TOTAL</b>	<b>55,80%</b>	<b>18,30%</b>	<b>26,00%</b>	<b>100% (104)</b>

Source : Enquête projet Région « VFL »

NB : Au niveau de la taille des entreprises, l'échantillon est déséquilibré (surreprésentation des grandes entreprises, et sous-représentation des petites et moyennes), les résultats doivent être considérés avec prudence.

**Tableau 11 : Nombre moyen de salariés en fonction du chiffre d'affaire des entreprises et de leur principal mode de commercialisation**

	Nb salariés permanents	Nb CDD - saisonniers	Total salariés
Taille économique			
Moins de 100000	3,5	7,94	11,44
100000 et plus	6	16,68	22,68
Principal mode de commercialisation			
Circuits courts	3,79	5,30	9,09
Circuits d'expédition	5,34	16,05	21,39
<b>TOTAL</b>	<b>4,85</b>	<b>12,64</b>	<b>17,49</b>

Source : Enquête projet Région « VFL »

**Tableau 12 : Recours à la main d'œuvre familiale en fonction du chiffre d'affaire et du principal mode de commercialisation**

	Main d'œuvre familiale	Pas de main d'œuvre familiale	TOTAL
Chiffre d'affaire			
moins de 100000	50,00%	50,00%	100% (48)
100000 et plus	21,40%	78,60%	100% (56)
Principal mode de commercialisation			
Circuits courts	42,40%	57,60%	100% (33)
Circuits d'expédition	31,00%	69,00%	100% (71)
<b>TOTAL</b>	<b>34,60%</b>	<b>65,40%</b>	<b>100% (104)</b>

Source : Enquête projet Région « VFL »

**Tableau 13 : Niveau de formation générale des producteurs de fruits et légumes en fonction de leur spécialisation productive**

Diplôme	Légumes		Fruits		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Aucun	544	17,4	801	18,4	1345	17,9
BEP CAP	1884	60,0	2510	57,3	4394	58,5
Bac	462	14,7	632	14,4	1094	14,6
Supérieur	248	7,9	434	9,9	682	9,0
Total	3138	100,0	4377	100,0	7515	100,0

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 14 : Niveau de formation générale des producteurs de fruits et légumes en fonction de la présence d'un atelier de commercialisation en circuits courts**

Diplôme	Pas de circuit court		Circuit court	
	Effectif	%	Effectif	%
Aucun	1036	18,6	309	15,8
BEP CAP	3272	58,9	1122	57,3
Bac	786	14,1	308	15,7
Supérieur	464	8,3	218	11,1
Total	5558	100,0	1957	100,0

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 15 : Niveau de formation agricole des producteurs de fruits et légumes en fonction de leur spécialisation productive**

Diplôme	Légumes		Fruits		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Aucun	1162	37,0	1876	42,9	3038	40,4
BEP CAP	1167	37,2	1485	33,9	2652	35,3
Bac	402	12,8	559	12,8	961	12,8
Supérieur	407	13,0	457	10,4	864	11,5
Total	3138	100,0	4377	100,0	7515	100,0

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 16 : Niveau de formation agricole des producteurs de fruits et légumes en fonction de la présence d'un atelier de commercialisation en circuits courts**

Diplôme	Pas de circuit court		Circuit court	
	Effectif	%	Effectif	%
Aucun	2235	40,2	803	41,0
BEP CAP	1990	35,8	662	33,8
Bac	727	13,1	234	12,0
Supérieur	606	10,9	258	13,2
Total	5558	100,0	1957	100,0

Source : DRAAF Aquitaine – SRISSET, RGA 2010

**Tableau 18 : Nombre de modes de commercialisation en fonction du principal mode de commercialisation**

Nombre de modes de commercialisation	CC = moins de 25 %	CC = 25 à 75 %	CC = plus de 75 %
7	1,70%	10,50%	0,00%
6	0,00%	0,00%	14,80%
5	3,40%	10,50%	7,40%
4	6,90%	21,10%	14,80%
3	6,90%	47,40%	18,50%
2	19,00%	10,50%	29,60%
1	62,10%	0,00%	14,80%
TOTAL	100,0% (58)	100,0% (19)	100,0% (27)
Moyenne	1,78	3,74	3,15

Source : Projet Région « VFL »

**Tableau 19 : Répartition des circuits de commercialisation en fonction du nombre d'entrepreneurs y ayant recours et de leur contribution au chiffre d'affaire**

Mode de commercialisation	Nombre d'entrepreneurs l'utilisant	Contribution moyenne au chiffre d'affaire
Coopérative	48	81%
Sur l'exploitation	48	23%
Grossistes, expéditeurs, etc.	40	60%
Sur les marchés de plein vent	32	39%
Commerçant détaillant	22	16%
Restauration commerciale	15	6%
Restauration collective	10	8%
GMS-alimentation des magasins	8	42%
GMS-centrale d'achat	7	59%
En tournée, à domicile	6	17%
En boutique collective	6	11%
En salons et foires	6	8%
En Amap	5	42%
Sur les marchés de producteurs	5	4%
Par correspondance, Internet	1	15%

*Source : Projet Région « VFL »*

NB : Attention, le nombre d'observations citées pour certains modes de commercialisation (en tournée, en boutique collective, etc.), du fait de sa faiblesse, doit appeler à une certaine prudence en matière d'analyse des résultats

**Annexe 6 : Liste des participants au groupe de travail « Circuits courts de commercialisation » mis en œuvre à l’initiative de M. Barnier**

Catégorie	Nom de l’organisation	Abréviation
Organisations professionnelles	Fédération Nationale des Syndicats d’Exploitants Agricoles	FNSEA
	Confédération paysanne	CP
	Coordination rurale	CR
	Jeunes Agriculteurs	JA
	Assemblée permanente des chambres d’agriculture	APCA
	Fédération Nationale des Centres d’Initiatives pour Valoriser l’Agriculture et le Milieu rural	FNCIVAM
	Fédération Nationale de l’Agriculture Biologique	FNAB
Collectivités territoriales et administrations	Fédération des Parcs Naturels Régionaux	FNPR
	Association des Maires de France	AMF
	Association des Régions de France	ARF
	Assemblée des Départements de France	ADF
	Assemblée des Communautés de France	AdCF
	Groupement des DDAF	
	Groupement des DRAF	
	Ministère de l’économie, de l’industrie et de l’emploi / DGCCRF / sous-direction D	
	Ministère de l’écologie, de l’énergie, du développement durable et de l’aménagement du territoire / Commissariat général au développement durable	
	Ministère de l’agriculture et de la pêche / CGAAER : Dominique FABRE et Pierre TEXIER	
	Ministère de l’agriculture et de la pêche / DGER / SESRI	
	Ministère de l’agriculture et de la pêche / DGAL / SA / SDSSA / Bureau des établissements de transformation et de distribution	
	Ministère de l’agriculture et de la pêche / DGAL / SA / SDQA / Bureau de la nutrition et de la valorisation de la qualité des aliments	
	Ministère de l’agriculture et de la pêche / DGPAAT / SPA / SDPM / Bureau des fruits et légumes, de l’horticulture et des productions végétales spécialisées	
Ministère de l’agriculture et de la pêche / DGPAAT / SFRC / SDDRC / Bureau de l’aménagement des territoires et du développement agricole		
Instituts de recherche	Institut de Recherche en Agriculture Biologique pour l’Europe	IRABE
	J.-B. Traversac (Institut national de Recherche Agronomique)	INRA
	Institut National de Recherche sur les Transports et leur Sécurité	INRETS
	Centre d’Etude du Machinisme Agricole et du Génie Rural des Eaux et Forêts	Cemagref
	D. Capt (Etablissement National d’Enseignement Supérieur Agronomique de Dijon)	ENESAD

	Programme PSDR Liproco – F. Olivier (ESA Angers)	
	Centre de ressources agroalimentaire et alimentation EPL La Roque / Plate-forme technologique « Viandes et Salaisons »	CDR 3A
Associations / Structures appuyant le développement des circuits courts	Réseau des AMAP d'Ile-de-France	
	Centre de Ressources pour l'Essaimage des Amap	CREAmap
	Collectif Ville Campagne	
	Terres en Villes	
	Réseau Cocagne	
	Trame	
Représentants des industries et du commerce	Coop de France	
	Confédération Générale de l'Alimentation en Détail	CGAD
	Fédération Nationale des Producteurs de l'Horticulture et des Pépinières	FNPHP
	Légumes de France	
	Union Nationale des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs	UNFD
	Union Fédérale des Consommateurs Que Choisir	UFC Que Choisir
	Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie	CLCV

Source : Annexe 3, Rapport du groupe de travail « Circuits de commercialisation », mars 2009

**Annexe 7 : Récapitulatif des acteurs ayant participé à la première réunion du groupe de travail et des propositions formulées et retenues à l'issue de la troisième réunion**

Organisation	Nombre de propositions émises	Nombre de propositions intégrant un des axes du plan d'action
Terres en Ville	4	4
CréAmap France	7	7
INRA – J.-B. Traversac	3	3
Association des communes de France	3	3
INRA – Y. Chiffolleau	5	4
Parcs Naturels Régionaux de France	3	2
FNCivam	4	4
PSDR LiProCo – F. Olivier	3	3
TRAME	7	6
MEEDDAT	4	3
IRABE	4	3
Cemagref	3	3
FNSEA	3	2
Réseau des AMAP d'Ile de France	3	3
FNAB	10	5
ENESAD – D. Capt	3	3
Coordination rurale	7	2
APCA	6	4
CGAD	5	0
Confédération paysanne	4	2
JA	7	2
UNFD	5	0
Coop de France	5	0

*Source : Annexe 3, Rapport du groupe de travail « Circuits de commercialisation », mars 2009*

**Annexe 8 : Synthèse des propositions émises par les participants au groupe de travail**  
**« Circuits courts de commercialisation »**

M1 : RICA RGA (5)	CIVAM (indicateurs de développement durable, données fiables et territorialisation sur CC, identification projets d'installation en CC dans les statistiques CNASEA)
	APCA : disposer d'outils stat plus précis, faire évoluer RGA et RICA
	F. Olivier : amélioration info stat (RGA)
	JB Traversac : intégration volet CC dans RGA et formater formulaires RICA pour dissocier valeurs CC dans la comptabilité des exploitations
	D. Capt : améliorer connaissance de l'offre et caractéristiques exploitations par amélioration stats RICA et RGA
M2 : diffuser initiatives et communiquer bonnes pratiques (8)	APCA : diffuser l'info sur les CC existants au niveau national
	Y. Chiffolleau : mutualiser expériences réussies afin de sensibiliser et élargir la demande, rôle des cantines scolaires en termes d'exemplarité
	F. Olivier : favoriser mutualisation connaissances sur CC
	CEMAGREF : encourager utilisation d'Internet pour développer la vente directe
	AdCF : communiquer sur les bonnes pratiques à l'échelle régionale ou nationale
	Terres en Villes : Aider le développement des projets intégrés locaux en faveur des circuits courts et les capitalise
	TRAME : favoriser mutualisation et partage d'expériences
AMAP-IDF : organiser la consolidation opérationnelle, la vulgarisation et la diffusion des expérimentations en agro-écologie	
M3 : recherche sur les circuits courts (5)	APCA : état des lieux sur produits et modes de commercialisation existants
	Y. Chiffolleau : appuyer mise en réseaux des recherches CC en région afin de permettre échanges au niveau national, mise en place d'observatoires régionaux et créer un appel d'offre fléché sur ce thème via ANR
	F. Olivier : financement recherches CC
	D. Capt : soutenir travaux de recherche visant à améliorer la connaissance de l'efficacité économique, environnementale et sociale comparée des différents systèmes et formes d'organisation (individuelle et collective) en fonction des caractéristiques des produits et des circuits de commercialisation
	PNRF : améliorer connaissances CC pour construire un argumentaire solide sur leurs finalités et évaluer l'impact des politiques publiques visant à les développer
M4 : diffusion informations sanitaires, appels d'offre, etc. (10)	FNAB : veille sur la préparation des textes réglementaires pour lever blocages en amont
	FNAB : Simplification procédures administratives appels d'offre
	APCA : alléger contraintes en maintenant exigences sanitaires
	Conf <sup>o</sup> : alléger contraintes sanitaires en fonction des volumes mis en marché
	JA : simplifier normes sanitaires et normes de commercialisation et améliorer l'information sur ces normes
	IRABE : différenciation normes sanitaires et de production, de transformation et de commercialisation pour les producteurs spécifiquement en CC

	PNRF : adaptation des normes sanitaires
	Terres en Villes : Adapter les législations et normes sur les organisations de producteurs et les outils de production, de transformation et de commercialisation aux conditions spécifiques de la production fermière et périurbaine
	TRAME : mise en place d'un réseau d'experts pour accompagner mise en œuvre réglementation sanitaire
	CGAD : Maintenir des exigences en termes d'hygiène identiques quels que soient les opérateurs
M5 : formation CC (9)	CIVAM : développer ces formations via les CFPPA
	FNAB : favoriser tutorat / parrainage
	JA : développer formation initiale et continue sur CC
	APCA : intégrer CC dans la formation initiale et sensibiliser via la formation continue
	JB Traversac : intégration modules logistiques formation initiale et continue dans les LPA et CFA
	PNRF : améliorer la formation
	CreAMAP France : mise en place de formations spécifiques AMAP et de formations longue durée sur une exploitation référente
	TRAME : améliorer formation et qualification porteurs de projet
	Coop de France : Mieux faire connaître le fonctionnement des ateliers collectifs et améliorer la formation initiale et continue, ainsi que les dispositifs d'appui-conseil
M6 : Recenser offres formation (1)	CR : recensement et amélioration information sur formations existantes
M7 : référentiels technico-économiques (3)	FNAB : produire référentiels technico-économiques
	D. Capt : mise en réseau pour produire et mutualiser technico-économiques nécessaires aux porteurs de projet et à ceux qui les accompagnent
	Coop de France : Développer des référentiels technico-économiques pour évaluer la performance économique des exploitations
M8 : aide installation (8)	FNAB : fonds de reconversion professionnelle
	CR : élaboration d'un guide pour les producteurs sur les aides et financements dont ils peuvent disposer
	JB Traversac : Favoriser la diffusion des technologies de production fermière par une réorganisation de la communication sur les compétences de l'enseignement agricole
	IRABE : améliorer accès formation pour HCF et cotisants solidaires
	PNRF : améliorer l'aide à l'installation
	MEEDDAT : rénover les dispositifs d'installation pour ouvrir l'accès à des producteurs et des démarches de commercialisation atypiques
	CreAMAP France : Aides à l'installation et à l'équipement des jeunes agriculteurs AMAP-IDF : aider au développement de dispositifs pour accompagner les porteurs

	de projet durant leurs premières années de production
M9 : accompagnement / financement (10)	CIVAM (financement collectivités / LEADER pour démarches innovantes)
	FNSEA : crédit d'impôt pour agriculteurs développant CC
	FNAB : cadre fiscal adapté, aides à l'installation
	Coordination rurale (CR) : rehausser le seuil de CA des activités accessoires pour ne pas être imposé au BIC CR : Abaisser charges patronales / recalculer les aides pour ne pas compter celles liées aux CC
	PNRF : développement d'outils d'aide à la conversion vers des pratiques durables
	CreAMAP France : Aides financière à l'essaimage
	TRAME : favoriser le développement de réseaux d'accompagnement des producteurs
	TRAME : apporter un soutien financier à l'élaboration de projets, à l'accompagnement des investissements et à l'installation
	TRAME : soutien à la transmission par le biais de mesures fiscales ou financières
	M10 : accès foncier (9)
FNAB : favoriser accès au foncier et repenser représentation CDOA	
Conf <sup>o</sup> : Amélioration accès foncier	
IRABE : améliorer accès foncier avec sensibilisation CT pour les producteurs en CC en zone périurbaine et rôle des SAFER pour crédibiliser les installations en CC sur petites surfaces auprès des financiers	
AdCF : réguler l'utilisation du foncier par la promotion des relations entre professionnels et CT	
Terres en Villes : rendre obligatoire le zonage au 50 000e dans les SCOT et faciliter mise en place des PPEANP	
CreAMAP France : chaque CT doit préserver une surface agricole nécessaire à son autosuffisance alimentaire	
TRAME : favoriser cession de terrains aux agriculteurs voulant développer CC	
AMAP-IDF : imposer une capacité de production vivrière (sur le modèle de la loi SRU) et assurer une meilleure représentativité de la société civile dans les instances décisionnaires (CDOA, ...)	
M11 : charte CC (16)	CIVAM : proposition étude sur intérêt marques CC ou territoriales
	FNSEA : protection utilisation « produits fermiers » et « produits de ma ferme »
	FNAB : protection juridique des termes utilisés (fermiers, paniers, etc.)
	Conf <sup>o</sup> : identifier les producteurs CC au regard de la définition du producteur fermier
	JA : préserver et améliorer valorisation de leurs produits par les producteurs Marque pour identifier produits français
	Y. Chiffolleau : formalisation d'un groupe de travail INAO pour créer un signe de qualité lié à la proximité et organiser la communication autour du « manger local »
	Y. Chiffolleau : réfléchir à un cahier des charges pour conventionner producteurs et OP pour approvisionner banques alimentaires et approvisionnement populations

	défavorisées
	IRABE : reconnaissance des producteurs en AMAP en tant que mode de production spécifique par contrat de partenariat producteur-consommateur
	CEMAGREF : lutter contre utilisation abusive de CC par labellisation ou charte
	MEEDDAT : identifier les produits de saison et améliorer l'affichage environnemental des produits
	CreAMAP France : Reconnaissance de l'agriculture en AMAP et de l'agriculture locale comme mode d'écoulement des productions en circuits courts
	TRAME : protéger le terme « fermier » par publication d'un décret fermier
	CGAD : lier clairement circuits courts, agriculture et territoire sans opposer les acteurs d'un même territoire
	UNFD : Généraliser les marchés de détail faisant l'objet d'un partenariat entre les commerçants et les producteurs dans le cadre d'une charte déterminant les droits et les devoirs des deux parties
	UNFD : Développer un partenariat entre producteurs et détaillants pour construire des « offres dédiées » avec une marque commune pour identifier l'offre de cette filière
	UNFD : Mise en place d'une charte de « bonnes pratiques » des circuits courts récapitulant les règles élémentaires en matière de sécurité, de conformité des produits, de traçabilité et d'information du consommateur
M12 : outils collectifs (10)	CIVAM (soutien financier aux actions concertées pour regroupement de l'offre et outils de transformation)
	FNAB : favoriser implantation outils de transformation
	CR : soutien abattoirs proximité et autorisation abattoirs mobiles
	APCA : développer outils de transformation
	Permettre regroupement de l'offre en proximité pour répondre aux appels d'offre de la restauration collective
	JA : pérenniser outils de transformation
	Clarifier le statut des groupements de commercialisation
	PNRF : favoriser l'organisation collective de producteurs et la structuration des circuits courts de distribution notamment sur la restauration collective
	CreAMAP France : préserver les équipements collectifs de transfo de proximité vitaux pour les petites fermes
	TRAME : création PVC, organisation filières locales et structures approvisionnement restauration collective / gastronomique
	Coop de France : Possibilité de gestion collective des circuits courts par les producteurs (magasin collectif de vente des produits de la coopérative ou des produits fermiers des adhérents, utilisation de la coopérative et de ses équipements pour la transformation des produits puis reprise des produits en vente directe par les producteurs)
	Coop de France : Mutualiser les moyens afin de constituer une gamme de produits adaptée aux différents marchés de proximité (restauration collective, etc...)

Développer partenariats locaux 7	MEEDDAT : Privilégier des démarches territoriales
	TRAME : favoriser émergence partenariats locaux
	CGAD : Mettre en place un groupe de travail réunissant les agriculteurs et artisans-commerçants-restaurateurs en vue de construire des partenariats terrain
	FNAB : développer organisations collectives impliquant davantage acteurs du territoire
	Conf <sup>e</sup> : améliorer synergies locales
	CEMAGREF : élaboration concertée contrats-types pour la restauration collective entre administration, organisations pro et associations
	F. Olivier : sensibiliser CT et consommateurs
Régionaliser appro 5	Y. Chiffoleau : susciter et accompagner le développement des approvisionnements des cantines scolaires en produits locaux
	Terres en Villes : faire évoluer la législation marchés publics pour faire valoir préférence locale pour produits de qualité / proximité
	UNFD : Incitations à l'approvisionnement des commerçants spécialisés en fruits et légumes auprès de producteurs locaux
	CIVAM : adaptation marchés publics pour territorialiser approvisionnements
	AdCF : promouvoir la consommation locale de produits issus d'une agriculture de proximité
Participation financière des CT 6	CIVAM : soutien à l'expérimentation, au développement et à la mutualisation des démarches intégrées à l'échelle des territoires
	FNSEA : charte services publics engageant CT à soutenir le montage de projets CC
	CR : participation CT aux investissements nécessaires aux CC
	AdCF : financer les actions de développement local via l'axe 3 du FEADER
	PNRF : préciser le rôle des CT dans l'émergence de systèmes alimentaires durables
	CreAMAP France : Aide des collectivités territoriales pour les actions participant à la qualité et au maintien des paysages ou des actions indépendantes de la fonction productive

Source : Annexe 3, Rapport du groupe de travail « Circuits de commercialisation », mars 2009

## **Annexe 9 : La réappropriation des « circuits courts » par les scientifiques ou la stabilisation d'une notion aux contours flous**

En 2009, la notion de « circuit court » fait encore l'objet d'un flou sémantique, malgré des tentatives visant à créer une typologie de ces modes de commercialisation (Chaffotte, Chiffolleau, 2007). En effet, l'adjectif *court* renvoie, parfois de manière simultanée, parfois non, en fonction des acteurs qui s'en saisissent, à la distance relationnelle entre un producteur et un consommateur et / ou à la distance géographique séparant les acteurs du circuit (Chiffolleau, 2008). Ces éléments de qualification des circuits courts de commercialisation des produits agricoles (proximité relationnelle et / ou géographique) s'inscrivent dans deux traditions de recherche portant sur les rapports des agriculteurs au marché.

Dans l'après-guerre, le traitement de la commercialisation des produits agricoles est accaparé par des économistes et des gestionnaires de l'INRA qui travaillaient sur la structuration verticale des filières, dans un contexte où les enjeux de la recherche étaient centrés sur la modernisation du secteur agricole et son organisation. La question des circuits courts ne fait donc pas l'objet d'investissements spécifiques, les objets de recherche légitimes du point de vue des économistes étant principalement ceux de l'organisation efficiente des filières et des industries dans leur dimension technique et commerciale<sup>136</sup>. Ces recherches ont été marginalisées au cours des années 1970 par les ruralistes d'obédience marxiste qui se souciaient avant tout de la question agraire et de la place de l'agriculture dans le système de production capitaliste, et moins des circuits de commercialisation mobilisés par les exploitations dans leur relation au marché<sup>137</sup>. La recherche économique reste toutefois alignée par rapport à des problématiques orthodoxes centrées sur la question de l'organisation des filières, laissant aux sociologues et aux anthropologues le soin d'étudier la stratification socio-économique des marchés physiques qui apparaissent, à la fin des années 1970, comme la survivance d'une époque révolue<sup>138</sup>.

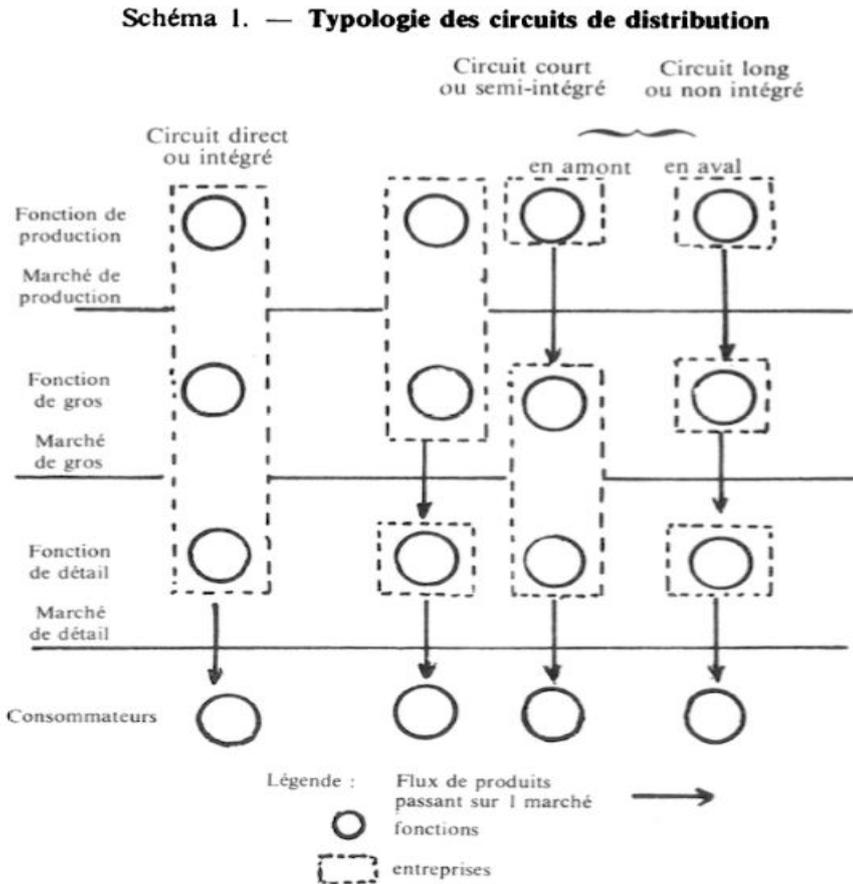
---

<sup>136</sup> Dans un dossier thématique paru en 1960 dans *Economie rurale* et consacré à la « Commercialisation des produits agricoles » coordonné par D. Bergmann, celui-ci présente « trois thèmes de réflexion essentiels à l'économiste s'intéressant aux problèmes de commercialisation des produits agricoles : a) les problèmes de l'efficacité dans l'exécution des opérations commerciales techniques ; b) les problèmes de l'efficacité et de l'équité dans la formation des prix ; c) les problèmes de l'ajustement ex post et surtout ex ante entre la production et la consommation » (Bergmann, 1960, p. 4).

<sup>137</sup> La contribution de C. Servolin, « L'absorption de l'agriculture dans le mode de production capitaliste » dans l'ouvrage collectif dirigé par Y. Tavernier, *L'univers politique des paysans dans la France contemporaine*, (Tavernier et al., 1972) donne un bon exemple de ces travaux centrés sur la relation et la place du secteur dans une économie de marché capitaliste. La question des rapports et des modes de contact des exploitations agricoles avec le marché y est éludée et ne fait pas l'objet d'investigations spécifiques.

<sup>138</sup> Voir à ce propos le dossier « Foires et marchés ruraux en France » déjà mentionné dans le chapitre 1, coordonné par I. Chiva et paru en 1980 dans la revue *Etudes rurales*.

**Figure 1 : Typologie des circuits de distribution en fonction de l'intégration d'une ou plusieurs fonctions par une catégorie d'entreprises**



Source : Hy, Nicolas, 1983, p. 40

Ce n'est qu'en 1983 que les circuits courts font l'objet d'une première tentative de définition par deux économistes travaillant sur le commerce et les marchés alimentaires, M. Hy et F. Nicolas, mais dans un sens encore relativement éloigné de la notion aujourd'hui stabilisée par les normes d'action publique. Ces deux chercheurs proposent une première typologie visant à différencier trois types de circuits de distribution (les circuits directs ou intégrés, les circuits courts ou semi-directs, les circuits longs non intégrés) en fonction de l'intégration – ou non – d'une ou plusieurs fonctions de la distribution par un seul acteur (Figure 1). Les circuits courts qu'ils décrivent renvoient à « un double mouvement d'intégration de la fonction de gros soit par les industriels de la transformation (livraison directe à des détaillants) soit par les entreprises modernes de distribution (centrales d'achat) » (Hy, Nicolas, 1983, p. 40). L'adjectif court renvoie donc bien à l'idée d'un raccourcissement relationnel des chaînes de distribution, sans toutefois se focaliser sur le rapprochement des producteurs et consommateurs. Les circuits courts renvoient à la disparition d'un des deux

stades de marché en amont du stade de détail : le stade de production ou de gros. Ils les distinguent en outre des circuits directs ou intégrés qui recouvrent des réalités très diverses qui vont du « petit paysan qui vend lui-même sa production sur le marché local, jusqu'à la firme capitaliste de distribution qui intègre la transformation » (Hy, Nicolas, 1983, p. 40). Cette typologie contribue donc à stabiliser une première définition des circuits courts qui renvoient donc à des modes de commercialisation caractérisés par la présence d'un seul intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs, sans attention particulière à la localisation géographique des différents acteurs du circuit, ni aux caractéristiques socioéconomiques des producteurs mobilisant plutôt tel ou tel type de circuit de distribution.

Toutefois, certains chercheurs situés en dehors des organismes de recherche agronomique et parfois guidés par des convictions militantes contribuent à revenir sur l'étude des rapports au marché des petites exploitations agricoles situées pour la plupart à la marge des référentiels professionnels dominants<sup>139</sup>. Dans le cadre de ces travaux, une attention particulière est portée aux systèmes de commercialisation de ces « exploitations rurales » (Muller et al., 1989) qui reposent principalement, voire exclusivement, sur des systèmes de vente directe. Du fait de l'importance accordée par ces auteurs à la construction des rapports marchands de ces petites entreprises, une première recension (non-exhaustive) est réalisée pour appréhender la diversité des circuits de commercialisation mobilisés, « le point commun entre tous ces systèmes de vente [étant] qu'il s'agit toujours de circuits courts » (Muller et al., 1989, p. 32). On y retrouve donc la vente à la ferme, sur les marchés, en tournée, aux collectivités ou aux groupes organisés de consommateurs, à des restaurateurs et à des structures commerciales (grossistes, supermarchés, etc.). Les circuits courts recensés renvoient donc, pêle-mêle, à des systèmes de vente directe et / ou de vente indirecte à un intermédiaire en contact avec le consommateur final, sans que cette distinction soit mobilisée explicitement. Trois éléments paraissent caractériser ces systèmes de vente « différents » ou innovants par rapport aux systèmes de distribution conventionnels : leur circonscription géographique et leur (re)localisation, la production d'un bien ou d'un service que les systèmes de production et de commercialisation de masse ne proposent pas et la création de relations privilégiées avec une catégorie de consommateurs à travers un réseau géographiquement

---

<sup>139</sup> On pense ici aux travaux de Muller et al. sur les « entrepreneurs ruraux ». Ces entrepreneurs sont rarement des exploitants professionnels et combinent généralement des systèmes de polyculture-élevage sur de petites surfaces. Une des conclusions majeures de ces travaux est de montrer que « les exigences de la fonction commerciale tendent à hiérarchiser toutes les autres fonctions, à commencer par la fonction productive, et à structurer l'ensemble du système d'exploitation. On peut dire qu'une exploitation rurale fonction d'abord selon une logique commerciale » (Muller et al., 1989, p. 32).

limité. Du fait d'un rejet des normes professionnelles dominantes et de leur encastrement dans des réseaux commerciaux et sociaux localisés, ces exploitations rurales apparaissent au début des années 1990 particulièrement en prise avec la notion de développement rural qui fonde le deuxième pilier de l'intervention communautaire. A partir de là et dans le cadre de divers projets majoritairement financés par l'UE, les travaux et projets de recherche sur les circuits courts se multiplieront, en adoptant souvent une démarche de recension des diverses modalités de ces modes de commercialisation, à l'échelle régionale ou départementale.

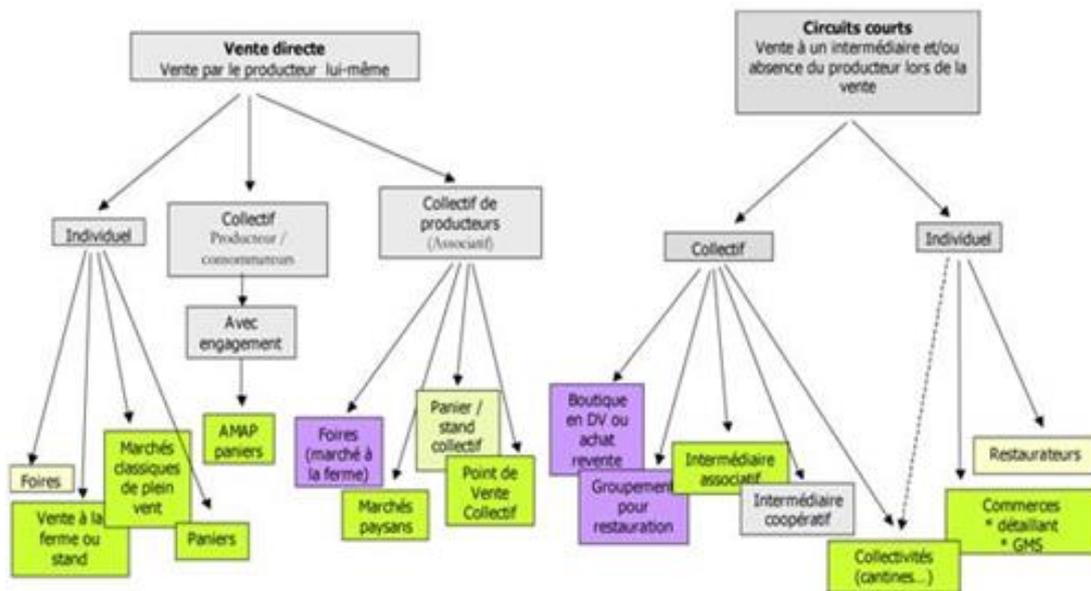
A partir de la moitié des années 2000, plusieurs projets de recherche, bénéficiant de financements d'abord européens<sup>140</sup>, puis nationaux<sup>141</sup>, sont portés par des collectifs de chercheurs et d'acteurs de terrain (Civam, collectivités territoriales) visant à définir ces modes de commercialisation, à évaluer leur contribution et leur caractère structurant par rapport au développement territorial local. En particulier, dans le cadre du projet CROC une première typologie exhaustive des circuits courts est proposée par L. Chaffotte et Y. Chiffolleau, reposant sur la double distinction entre la présence ou l'absence d'intermédiaires et la dimension individuelle ou collective de ces modes de commercialisation (Figure 2). La multiplication de ces recherches intégrant une approche sociologique et territoriale de ces modes de commercialisation des produits agricoles permet d'assurer « la convergence intellectuelle à une échelle nationale ou interrégionale, autour de ce nouveau sujet de recherche. L'élaboration des « circuits courts » en instrument générique du développement territorial entraîne sa décontextualisation et facilite sa circulation au sein d'autres contextes qu'ils soient professionnels et militants mais aussi scientifiques » (Paranthoën, 2015, p. 130).

---

<sup>140</sup> Il s'agit d'une part du projet « Compétences, réseaux, observatoire, communication pour soutenir l'agriculture locale par des réseaux de proximité » (CROC) financé entre 2005 et 2008 par le projet communautaire Equal visant à réduire les discriminations et porté par la fédération départementale des Civam dans le département de l'Hérault. Au niveau scientifique, le projet est conduit par Y. Chiffolleau, et est l'occasion de dresser une première typologie savante des circuits courts. D'autre part, la recherche-action Systèmes Alimentaires Territoriaux (SALT), cofinancée entre 2007 et 2009 par le FEADER et la région Bretagne, coordonnée par la Fédération Régionale des Civam de Bretagne (FRCivam), en partenariat avec Agrocampus Ouest l'université Rennes 2 visait à rendre compte de la diversité des circuits courts à l'échelle des territoires et à mettre en place des observatoires territoriaux des circuits courts.

<sup>141</sup> Ces programmes nationaux sont attribués dans le cadre des programmes Pour et Sur le Développement Régional (PSDR) cofinancés par l'INRA et les régions. Deux projets de recherche auront une importance décisive. Il s'agit en premier lieu du projet Coxinel « Circuits courts de commercialisation en agriculture et agroalimentaire : des innovations pour le développement régional » coordonné par Y. Chiffolleau entre 2008 et 2011. Ce projet proposait d'étudier dans quelle mesure les circuits courts offraient de nouvelles perspectives à l'activité agricole pour répondre aux enjeux de compétitivité économique des entreprises et des territoires, au service d'un développement régional durable, en complémentarité avec les circuits longs. Le second projet, intitulé « Liens Producteurs Consommateurs » (LiProCo), financé entre 2008 et 2011, visait à étudier les circuits courts en adoptant une posture relationniste. Il a privilégié une démarche comparative, en se centrant sur deux pôles territoriaux (régions Grand-ouest et Rhône-Alpes), une quarantaine de chercheurs issus de disciplines diverses (géographie, économie, sciences de gestion, sociologie) et une vingtaine d'acteurs socioprofessionnels (collectivités territoriales, Civam, associations de développement, etc.).

**Figure 2 : Typologie des circuits courts**



Source : Cahiers de l'observatoire CROC, n°1, février 2007

Toutefois, malgré la stabilisation d'une notion renvoyant à la fois à la réduction du nombre d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs et à l'inscription des relations commerciales dans un espace restreint d'un point de vue géographique, la saisine de cette problématique par le ministère de l'Agriculture à partir du début d'année 2009 va se traduire par une reproblématisation en termes exclusivement relationnels, occultant la dimension géographique de ces modes de commercialisation, pourtant largement présente chez les acteurs défendant ces modes de commercialisation (Dénéchère et al., 2008).

# C'est d'ici !

## Comment sécuriser le consommateur sur l'origine et être acteur de ses attentes sur le local ?

Une gamme de fruits & légumes estampillée "C'est d'ici !"

Un concept basé sur le lien entre une offre de fruits & légumes et un tissu de distribution sur 3 zones géographiques.

Des outils d'identification :

- Des étiquettes et des stickers spécifiques pour les UVC
- Des cartonnettes pour les colis vrac
- Une PLV pour le rayon

**C'est d'ici !**  
du Sud-Ouest

**C'est d'ici !**  
du Roussillon

**C'est d'ici !**  
de Provence

Le consommateur a raison de vouloir consommer des fruits et légumes produits près de chez lui !

# Les Paysans de Rougeline



**C'est d'ici!**  
du Sud-Ouest

**C'est d'ici!**  
du Roussillon

**C'est d'ici!**  
de Provence

