

Les circuits courts entre alternative et hybridation

Sophie Dubuisson-Quellier¹, Ronan Le Velly²

(Paru dans Gilles Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Dijon, Educagri., collection Références, p. 105-112. Version préprint)

Dans la recherche en sciences sociales, les circuits courts alimentaires sont identifiés comme un sous-ensemble d'un champ plus vaste nommé *alternative food systems* ou *alternative agro-food networks*. Une thématique centrale de ces travaux est alors de discuter du caractère « alternatif » des circuits courts : en quoi les circuits courts différent-ils des modes d'organisation des filières dites « conventionnelles » ? Sur ce point, les arguments ne manquent pas. Plusieurs études inspirées par l'anthropologie ont d'abord souligné l'existence, parmi les consommateurs, producteurs et autres parties prenantes des circuits courts, de perceptions très tranchées. Le monde chaleureux, personnalisé et authentique des relations de face à face entretenues sur les places de marché ou lors d'une vente à la ferme est alors envisagé 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, (Hinrichs, 2003). Ensuite, les circuits courts sont fréquemment identifiés comme l'une des pièces d'un nouveau modèle de développement rural, en rupture avec le modèle qui s'est imposé dans l'après-guerre. L'accent est alors mis sur la rupture avec les logiques intensives, spécialisées et intermédiées pour aller vers une (re)localisation des débouchés, le recentrage de la création de valeur sur la ferme et le choix de modes de production économes, écologiques et autonomes (van der Ploeg et al., 2000).

Une telle approche de l'alternative a l'avantage d'éclairer les catégories structurantes de l'action de certains agents et de mettre en avant les grandes différences en termes de modes de développement. Elle a aussi permis de mettre en exergue l'intérêt de se pencher sur ce qui ne concerne alors qu'une minorité de pratiques. Cependant, l'analyse ne peut pas s'arrêter là. L'argument que nous souhaitons défendre dans ce texte est qu'une pensée du « grand partage » entre les circuits longs-conventionnels, d'un côté, et les circuits courts-alternatifs, de

¹ Chargée de recherche au CNRS, Centre de Sociologie des Organisations (CNRS-Sciences Po)

² Enseignant à l'Université de Nantes et chercheur au Centre Nantais de Sociologie

l'autre, n'est pas totalement satisfaisante principalement parce qu'elle ne recouvre pas totalement la réalité des pratiques (Goodman, 2004). Il nous semble au contraire préférable d'interpréter les décalages, en termes de modalité de fonctionnement et de développement, apportés par les circuits courts, en spécifiant au contraire la manière dont ceux-ci s'articulent, dans la pratique, avec des dispositifs des filières longues. Autrement dit, 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. Pour illustrer l'intérêt d'une telle approche, nous nous intéresserons précisément à deux aspects du fonctionnement des circuits courts : la façon dont les prix sont déterminés et la nature des relations établies entre producteurs et consommateurs. Pour ces deux points, il apparaîtra que les circuits courts relèvent bien souvent plus d'une alternative-hybridation que d'une alternative-rupture (Ilbery et Maye, 2006).

Alternative et hybridation dans les modes de détermination du prix

Si l'on demande à des producteurs engagés dans la vente directe comment ils déterminent leurs prix de vente ou à des consommateurs membres d'une AMAP comment est fixée la rémunération des producteurs, leur première réponse sera peut-être d'invoquer les différences existant dans ce domaine par rapport à ce qui se pratique dans les circuits conventionnels.³ Les producteurs insisteront sur le fait que lorsqu'ils vendent à la coopérative, ils subissent les cours du marché et ne savent jamais à l'avance combien ils seront payés, alors que la vente directe leur permet de maîtriser leur prix de vente. De leur côté, interrogés spécifiquement sur la question des prix, les membres de l'AMAP pourront souligner le caractère équitable des prix pratiqués, en comparaison notamment des conditions d'achat propres aux circuits de la grande distribution. D'autres mettront éventuellement l'accent sur la possibilité dans les circuits courts de garantir des prix qui rémunèrent correctement le travail et tiennent compte

³ Les éléments empiriques sur lesquels s'appuie notre développement sont pour l'essentiel issus d'observations et d'entretiens que nous avons menés auprès de différentes initiatives de circuits courts en Bretagne, Pays de la Loire, Rhône-Alpes et Ile de France. Pour les AMAP, nous puisons également dans les travaux de Claire Lamine (2008). Enfin, les éléments présentés sont largement congruents avec ceux d'autres enquêtes de terrain, menées au Royaume-Uni (Ilbery et Maye, 2006 ; Kirwan, 2004), aux Etats-Unis (Griffin et Frongillo, 2003) ou en France (Gill et Battershill, 1998). Notre travail a fait l'objet d'un financement par l'Agence Nationale de la Recherche dans le cadre du programme Agriculture et Développement Durable.

des efforts réalisés en matière de qualité ou de respect de l'environnement. Tous ces arguments ont leur part de vérité, mais il nous semble intéressant de les prolonger.

La détermination des prix dans les circuits courts fait rarement totalement abstraction des prix pratiqués dans les autres circuits de commercialisation. Dans la plupart des situations de filières courtes, ce sont effectivement les producteurs qui fixent leurs prix de vente, mais ils ne le font pas uniquement sur la base de l'estimation de leurs coûts. En général, ils partent plutôt d'une observation des prix pratiqués par ailleurs, dans les circuits longs ou dans d'autres circuits courts qui leur servent de référence, ou avec lesquels ils ne veulent pas entrer en concurrence. De la même façon, dans les AMAP, les prix résultent rarement d'un calcul des coûts de production mais relèvent plutôt d'une négociation entre les parties prenantes et d'ajustements aux niveaux de prix constatés sur les marchés de plein air ou à la Biocoop locale.

Plusieurs raisons expliquent cette pratique consistant à se référer à ce qui ressemble malgré tout à un « prix du marché ». Avant toutes choses, il convient de souligner qu'une telle approche a l'avantage d'être relativement simple en comparaison des opérations comptables nécessaires à un calcul complet des coûts de production. Lorsqu'il s'agit d'une nouvelle installation ou même d'une conversion, les prix de marché offrent aux producteurs des repères cognitifs bien plus aisés qu'un calcul de coûts, pour fixer leurs propres prix. Ensuite, pour les nombreux producteurs qui sont simultanément engagés dans plusieurs types de circuits, il s'agit d'assurer une forme de « cohérence » dans la détermination de leurs prix - pour reprendre un terme que nous avons souvent entendu à ce sujet. Cette démarche est adoptée par exemple dans les points de vente directe collectifs où la règle veut généralement que les producteurs-adhérents pratiquent des prix de vente identiques à ceux qu'ils demandent sur les marchés de plein air ou à la ferme. Elle se retrouve également pour des producteurs, par exemple de fromage ou de cidre, qui couplent vente directe et vente au supermarché local et qui ne souhaitent pas que leurs clients se sentent floués en découvrant qu'ils pourraient acheter le même produit moins cher au supermarché que directement à la ferme.

Il s'agit d'un enjeu de « cohérence » donc, mais également d'un enjeu de concurrence. L'observation des prix pratiqués dans les autres circuits de commercialisation, y compris les circuits les plus conventionnels, répond aussi au souhait de ne pas proposer de prix qui soient irréalistes au vu des réalités de marché. Sur ce point, il est clair que des différences importantes existent selon les situations et que les impératifs concurrentiels sont d'inégale importance selon les lieux. Par exemple, l'organisation de marchés où seule est permise la

vente directe de produits issus de l'agriculture biologique offre une forme de mise à l'écart de la concurrence, aussi bien des producteurs en agriculture conventionnelle que des revendeurs proposant à bas prix des produits bio importés. De même, certains producteurs en vente directe parviennent à générer de fortes singularités autour de leur produit (par une qualité particulière, une relation privilégiée avec la clientèle...) et sont plus à même d'assumer des prix de vente très élevés. Néanmoins, ce dernier cas ne représente pas la norme et l'observation des prix pratiqués dans les circuits conventionnels demeure pour beaucoup de producteurs un réflexe. Par exemple, lorsqu'un magasin fermier fait le choix de s'installer à côté d'un hypermarché, pour bénéficier de sa chalandise et des infrastructures routières, il veille généralement à ce que les prix de ses fruits et légumes restent du même ordre que ceux de la grande surface voisine. Malgré tout, à la différence de ce qui se passe dans les filières plus longues, ces différentes démarches n'excluent pas que les producteurs s'interrogent aussi sur l'écart entre un prix de marché et une structure de coût, que ce point puisse aussi faire débat au sein des réseaux qui soutiennent les circuits courts et parfois avec les consommateurs qui se trouvent de fait informés sur ces questions.

On voit ici, selon les formes d'expression locale de la concurrence, toute la palette des situations qui s'imposent pour la fixation des prix et qui rend quelque peu illusoire, pour des producteurs, de ne s'en tenir qu'à la stricte évaluation des coûts de production pour fixer les prix. Ces réalités soulignent également dans quelle mesure les filières courtes ne constituent pas une réalité alternative ou autonome, par rapport aux filières déjà en place, notamment les plus longues, mais viennent plutôt s'y articuler. Les filières courtes de ce point de vue créent moins une rupture qu'elles ne contribuent à redéfinir certains modes de fonctionnements des filières existantes pour donner forme à des circuits très hybrides, articulant des mécanismes propres aux circuits longs avec d'autres mécanismes localement redéfinis, voire renégociés, et qui font la spécificité de chaque filière courte.

Alternative et hybridation dans les relations établies entre producteurs et consommateurs

Le constat du caractère hybride des circuits courts se vérifie lorsque l'on observe les relations établies entre producteurs et consommateurs. Décrire les situations en terme d'hybridation permet alors de ne pas idéaliser ces relations ou gommer ce qu'elles peuvent reprendre des filières longues sans pour autant perdre de vue les caractéristiques originales qui les fondent.

Il est notamment possible de souligner que les circuits courts par rapport aux filières longues, ont pour spécificité d'être caractérisés par une situation de rencontre entre les producteurs et les consommateurs. Aux yeux de tous ceux qui la promeuvent, cette rencontre peut avoir de multiples vertus : elle crée de la convivialité dans l'acte d'achat ; elle sort les producteurs de l'isolement de leur ferme ; elle est source de confiance dans des contextes de crise sanitaire ou de défiance à l'égard des systèmes de garanties conventionnels ; elle rapproche le monde agricole des autres mondes sociaux et amène à découvrir la réalité de la vie des uns et des autres ; elle fonde une relation de « partenariat » entre producteurs et consommateurs. Les témoignages sur ces aspects font florès et fondent des réalités tout à fait observables. Cependant, les relations sociales établies dans les circuits courts ne se résument pas à cette perception enchantée.

Tout d'abord, les circuits courts ne sont pas forcément caractérisés par des relations de face à face entre producteurs et consommateurs. C'est notamment le cas lorsqu'un intermédiaire s'intercale entre ces deux groupes (restaurateur, commerçant vendant des produits locaux...). C'est aussi le cas lorsque des lieux de vente directe proposent également des produits achetés auprès d'autres sources : tel agriculteur offre dans son local de vente, à côté de ses propres produits, quelques produits de voisins ou d'amis ; tel magasin de producteurs, pour élargir sa gamme, achète auprès d'une centrale des produits d'épicerie certifiés Agriculture Biologique ; tel autre compense les retards ou les insuffisances de récoltes de ses adhérents par un achat auprès de collègues extérieurs au groupe ou auprès d'un négociant ; tels amapiens proposent qu'un contrat soit passé avec une boutique pour que quelques produits issus du commerce équitable complètent les paniers du producteur, etc. Ces situations sont loin d'être exceptionnelles et témoignent bien du caractère hybride et local, plutôt qu'alternatif, des modes de fonctionnement des circuits courts.

D'ailleurs, même dans des cadres relevant strictement de la vente directe, les producteurs ne sont pas forcément au contact des consommateurs. Nous avons ainsi observé des systèmes de vente par panier et des magasins fermiers où les producteurs délèguent l'essentiel des relations aux consommateurs à un salarié employé spécifiquement pour cela. De même, certains consommateurs d'AMAP ne rencontrent jamais les producteurs, soit parce qu'ils ne viennent pas chercher eux-mêmes leur panier, soit parce que les producteurs ne prennent pas part aux activités de distribution. En outre, si dans ces divers cas, d'autres occasions de rencontre sont généralement prévues (journées portes ouvertes, visites de la ferme...), tous les consommateurs n'y participent pas. Pour le dire autrement, certaines personnes voient dans

les circuits courts des modalités d'achat avantageuses (parce que livrées à domicile, de bonne qualité...), mais ne souhaitent pas plus que cela rencontrer les producteurs. De même, certains producteurs se sont engagés dans la vente directe pour des considérations économiques (meilleure rémunération, maîtrise accrue des conditions de commercialisation...) ou organisationnelles (plus grande autonomie vis-à-vis de l'aval, gestion plus souple du temps de travail), mais sont peu désireux de passer du temps à discuter avec les consommateurs. Il en ressort que chaque circuit court est spécifique et est fonction des investissements que chacun veut faire pour construire, ou non, la relation avec l'autre partie. Cette relation n'est pas obligatoirement distante, comme dans les filières longues, mais elle n'est pas non plus obligatoirement de proximité : elle prend des formes qui varient selon les modes d'organisations et les options prises par les collectifs qui s'y investissent.

Ensuite, l'existence de relations commerciales effectives n'accroît pas forcément l'interconnaissance entre producteurs et consommateurs. Lors d'une demi-journée de vente directe, par exemple sur un marché, il est évident que nombre des échanges entre producteurs et consommateurs sont tout aussi brefs ou tout aussi banals qu'ils le sont dans un point de vente conventionnel. Surtout, il nous semble intéressant de remarquer que lorsque des discussions plus longues sont engagées, une partie d'entre elles sur-jouent la proximité et l'alternative. Si la plupart des producteurs déclarent trouver une véritable motivation dans ces contacts étroits avec les consommateurs, nous avons également rencontré des producteurs qui nous avouaient « jouer au petit producteur ». Pour ne pas décevoir les attentes d'une partie de leur clientèle, ils endossent le rôle d'un paysan qui vit de quelques vaches et quelques poules, qui respecte la nature et les traditions, etc. Dans ces conditions, la relation ne produit pas de véritable interconnaissance et il est tentant de dire que les techniques de présentation de soi adoptées sont comparables à celles du marketing des systèmes agroalimentaires conventionnels. Certaines des pratiques marketing des producteurs en circuit court relèvent également d'exigences venues de la demande : et il faut parfois pour faciliter le développement d'un magasin de producteurs faire quelques concessions auprès des méthodes de merchandising classiques, comme une présentation calibrée ou une décoration adaptée.

Enfin, la question du rapport producteurs-consommateurs est centrale pour l'étude des modes de gouvernance propres aux circuits courts. Qui décide de quoi dans les circuits courts ? Quels sont les rapports de force entre les différentes parties prenantes ? Dans les filières très intermédiées, ces questions impliquent un nombre élevé d'acteurs, incluant tout particulièrement les coopératives ou groupements de commercialisation, les industriels de

l'agroalimentaire ou les centrales d'achat de la grande distribution. Dans les circuits courts, la gouvernance est potentiellement réduite à un face à face entre producteurs et consommateurs. Cette gouvernance peut donc s'équilibrer entre les deux parties ou au contraire se manifester par l'avantage de l'une des parties sur l'autre.. Des producteurs travaillant pour des AMAP se plaignent des excès d'exigences de la part de certains consommateurs, par exemple en matière de modes de production écologiques, et finissent par énoncer que ces derniers sont tout aussi intrusifs que peuvent l'être les donneurs d'ordre des filières intégrées. Dans ce cas, la proximité recherchée avec les consommateurs se fait au détriment de l'autonomie des producteurs, autre valeur supposée être centrale dans les démarches de circuits courts. A l'inverse, nous avons constaté que la possibilité d'une prise de parole des consommateurs est parfois refusée par les producteurs. Par exemple, il est rare que les consommateurs soient invités à assister aux conseils d'administration des magasins de producteurs. Une telle possibilité irait pourtant dans le sens d'une meilleure connaissance par ces derniers des réalités du monde agricole. Quelque soit l'équilibre ou le déséquilibre dans cette gouvernance, à la différence de ce qui se passe dans les filières faisant intervenir de nombreux acteurs, elle présente la particularité d'être en permanence renégociable. Ainsi, un producteur ne se laissera pas éternellement « gouverner » par les consommateurs si cette situation ne lui convient pas, il pourra leur en parler ou éventuellement sortir du dispositif. Inversement, des consommateurs pourront être amenés à discuter plus précisément avec le producteur des modes de prise de décision.

Conclusion

Dans ce texte, nous avons voulu souligner, à travers quelques éléments sans aucune visée d'exhaustivité, le caractère hybride des circuits courts. Il s'agit moins de remettre en cause la thèse de l'alternativité que d'examiner concrètement et précisément les conditions de cette position alternative. Notamment, il apparaît que les circuits courts se constituent autour de trois spécificités. La première réside dans sa capacité à s'adapter à des situations locales plutôt qu'à fonctionner sur la base de matrices transposables d'un lieu à un autre. La seconde concerne le caractère fortement négociable des choix qui y sont faits permettant aux différents acteurs, s'ils le souhaitent, de discuter régulièrement de leurs formes d'implication, voire parfois de choisir de se sortir d'un système qui ne leur convient plus. Enfin, considérer les circuits courts sous l'angle de leur capacité à s'hybrider avec les circuits conventionnels ne revient pas à affaiblir leur portée ou à faire leur constat de leur marginalité. Bien au contraire, la troisième spécificité des circuits courts réside dans leur capacité à renégocier certains des

traits traditionnels des modes de fonctionnement des filières agro-alimentaires : sur la fixation des prix, sur les relations avec les consommateurs, sur les formes de gouvernance. Ce faisant, ils obligent progressivement les différents acteurs concernés par ces filières : pouvoirs publics centralisés, collectivités locales, acteurs du développement agricole, formateurs, distributeurs, consommateurs, à s'interroger sur les modes de fonctionnements des filières agroalimentaires. Une partie importante de leur efficacité réside précisément dans ce mouvement qui est aujourd'hui en marche.

Références

Martin Battershill et Andrew Gilg (1998), « Traditional low intensity farming: Evidence of the role of *vente directe* in supporting such farms in Northwest France, and some implications for conservation policy », *Journal of rural studies*, Vol. 14, n° 4, pp. 475-486

Jan Douwe van der Ploeg, Henk Renting, Gianluca Brunori, Karlheinz Knickel, Joe Mannion, Terry Marsden, Kees de Roest, Eduardo Sevilla-Guzmán et Flaminia Ventura (2000), « Rural development: From practices and policies towards theory », *Sociologia ruralis*, Vol. 40, n° 4, pp. 391–408

David Goodman (2004), « Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change », *Sociologia ruralis*, Vol. 44, n° 1, pp. 3-14

Matthew Griffin, Edward Frongillo (2003), « Experiences and perspectives of farmers from Upstate New York farmers' markets », *Agriculture and human values*, Vol. 20, n° 2, pp. 189-203

Claire Hinrichs (2003), « The practice and politics of food system localization », *Journal of rural studies*, Vol. 19, n° 1, pp. 33-35

Brian Ilbery et Damian Maye (2006), « Retailing local food in the Scottish-English border: a supply chain perspective », *Geoforum*, Vol. 37, n° 3, pp. 352-367

James Kirwan (2004), « Alternative strategies in the UK agro-food system: interrogating the alterity of farmers' markets », *Sociologia ruralis*, Vol. 44, n° 4, pp. 395-415

Claire Lamine (2008), *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs ?*, Gap, Editions Yves Michel.