

**Les circuits alimentaires courts et de proximité:  
quelles opportunités (et menaces) pour la  
transition agroécologique et alimentaire ?**

Yuna Chiffoleau, DR INRAE  
Co-animatrice du RMT Alimentation locale

# 1. Une histoire ancienne qui se renouvelle

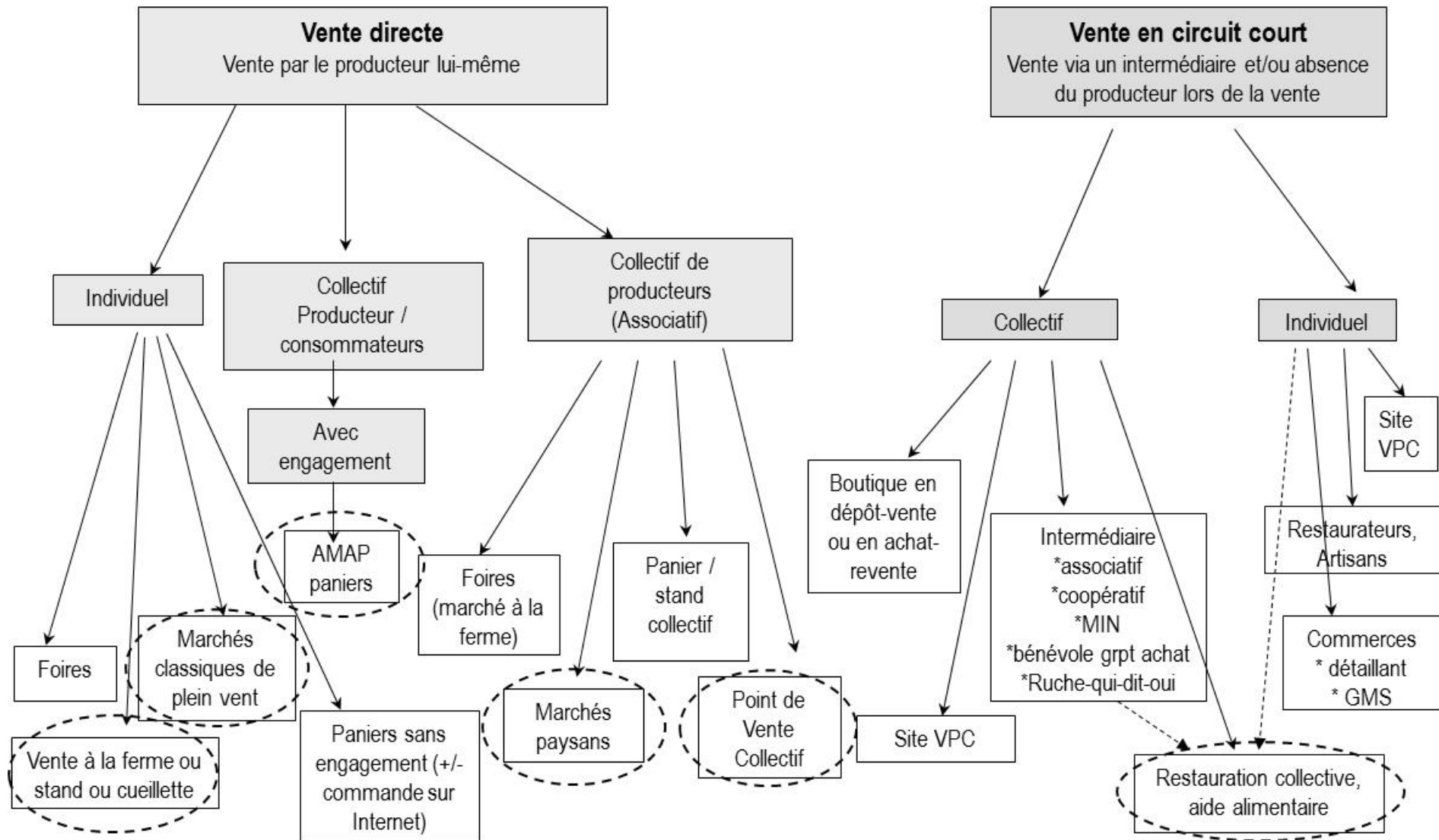
- **Formes « traditionnelles » de vente directe peu considérées** par secteur agricole et politiques publiques jusque dans la période récente
- **Devant renouvellement et innovations** (AMAP...) liés à peurs alimentaires (ESB), nouvelles demandes sociétales et initiatives de producteurs des années 2000, **« intérêt » croissant** des institutions et acteurs économiques, en cohérence avec Grenelle
- A partir d'une démarche participative, **définition officielle des « circuits courts » en avril 2009** par le Ministère de l'Agriculture : **0 ou 1 intermédiaire entre producteur** et consommateur, quelle que soit la distance géographique a priori

## ❑ Extraits du Plan d'actions CC proposé par M.Barnier, avril 2009

« Les circuits courts permettent à certains producteurs de diversifier leur activité agricole. Ils permettent surtout de **répondre à une forte demande des consommateurs**. Ils apportent, en effet, 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 leurs modes de production**. Dans son approche territoriale, le circuit court permet de valoriser la production locale.

En termes de potentiel, les enjeux de ce type de commercialisation sont décrits comme considérables, puisque, outre la **captation de valeur en faveur du producteur**, il permet la **réalisation d'économies sur les autres segments de la chaîne de coûts** (transports, transaction pour le commerce sur internet) et la création de valeur sur des actifs immatériels (marque, ancrage territorial, authenticité, lien social). »

# Une grande diversité de circuits



Source : Chiffolleau, 2019

## 2. Des leviers de transitions ?

### ❑ Les impacts environnementaux

- Exploitations davantage labellisées AB (10% vs. 2%, RA 2010)
- ACV défavorable aux CC mais outil réducteur, à adapter (Loiseau et al., 2020)

### → Autres indicateurs :

- CC favorisent **diversification et écologisation des pratiques de production** chez les producteurs : résultats d'études dans différentes régions, **mais choisies ou subies + contrainte norme zéro défaut en GMS**

- CC = + de produits frais, artisanaux, - d'emballages

- CC favorisent maintien et mise en valeur des **paysages**, de la **biodiversité** végétale et animale

- CC favorisent voire stimulent maintien de **ceintures vertes** en périphérie des villes mais aussi maintien d'un tissu rural actif

**Dispersion, faiblesses organisation logistique** – contrainte par la réglementation - limitent impacts positifs ; de nombreuses innovations (Raton et al., 2020 - RMT) mais nouveaux risques

## 2. Des leviers de transitions ?

### ❑ Les impacts économiques

- Rémunération variable, stabilisée plusieurs années après l'installation ou l'entrée en circuits courts ; potentiel > circuits longs
- Apport régulier de trésorerie, diminution des risques, valorisation des produits non conformes = leviers pour l'écologisation
- Performance corrélée avec l'implication dans un collectif ; seuil d'espèces ; apport de la transformation
- Performance dépend de la capacité d'organisation du travail et du contexte territorial
- Nouvelles opportunités et menaces dans les circuits courts/de proximité avec intermédiaires et les circuits numériques

## 2. Des leviers de transitions ?

### □ Les impacts sociaux

- **Renouvellement du lien producteur-consommateur** : une des premières motivations, vérifié dans certains cas et bénéfique (reconnaissance, apprentissages...) mais souvent idéalisé
- Autonomie (? cf. prix)... mais aussi usure, stress, désillusions...
- **Renouvellement des relations entre producteurs** : apprentissages, innovations, intégration des nouveaux venus...
- **Des acteurs (auto)exclus** (notamment populations à petit budget et précaires), pour des raisons économiques mais aussi du fait d'un non partage de valeurs avec l'image associée aux CC
- Mais diffusion des CC : 42% Français en 2013, nouveaux consommateurs parmi les CSP - ;10% des achats alimentaires en 2013 ; **effet Covid-19**
- Transition des comportements alimentaires (Chiffolleau et al., 2017; Akermann, 2021)
- Impacts nutrition/santé ; ex. filières blés-pain-pâtes

## PROFIL DES ACHETEURS EN CIRCUITS COURTS

### ANCIENNETÉ D'ACHAT

Renouvellement et progression du nombre des consommateurs



**42 %** des personnes interrogées \* avaient acheté un produit en circuit court au cours du dernier mois

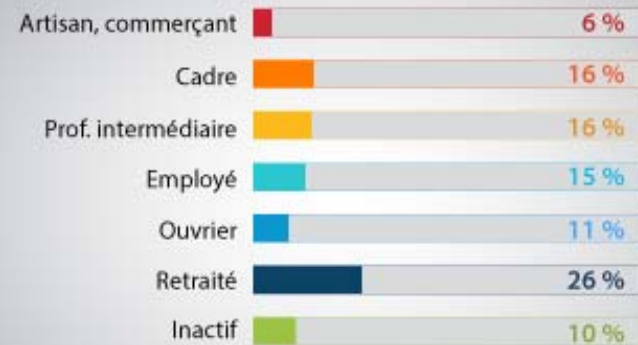
### ACHETEURS PAR SEXE



### ACHETEURS PAR ÂGE



### ACHETEURS PAR PROFESSION

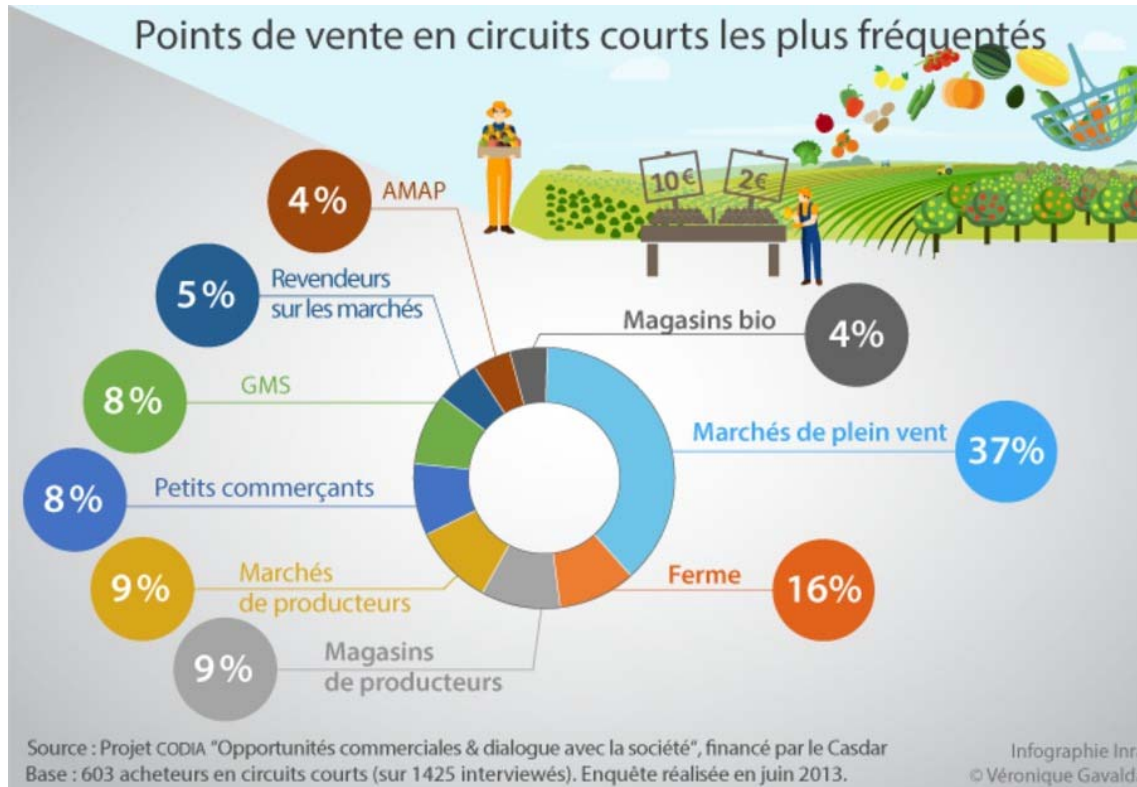


Source : Projet CODIA "Opportunités commerciales & dialogue avec la société", financé par le Casdar  
Base : 603 acheteurs en circuits courts (sur 1425 interviewés) . Enquête réalisée en juin 2013.

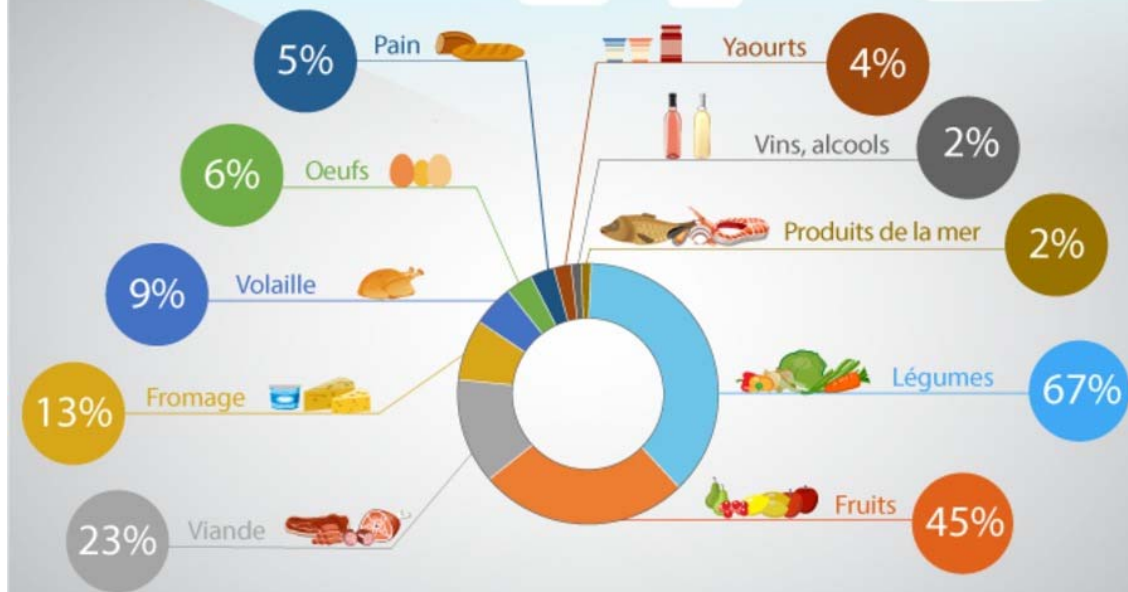
Infographie Inra  
© Véronique Gavalda



## Points de vente en circuits courts les plus fréquentés



## Le top 10 des produits achetés en circuits courts



Source : Projet CODIA "Opportunités commerciales & dialogue avec la société", financé par le Casdar  
Base : 603 acheteurs en circuits courts (sur 1425 interviewés) . Enquête réalisée en juin 2013.


Infographie Inra  
© Véronique Gavalda

## □ Les impacts territoriaux


- **CC = thème qui intéresse, mobilise** autour du lien agriculture-alimentation dans les territoires
- **de plus en plus de collectivités s'impliquent**
- **Trois trajectoires-types :**
  - ***réinvention locale des circuits longs***, parfois en créant de nouveaux outils alors que des ressources existent déjà; arguments liés à l'emploi, l'environnement, la satisfaction des consommateurs...
  - ***mise en œuvre d'une « gouvernance alimentaire territoriale »***, à travers PAT institutionnels
  - ***développement d'une démocratie alimentaire***

# Démarche Ici.C.Local


Vente directe  
Produits « locaux »  
et « durables »

		<b>Origine France</b>
Votre producteur :		Lieu de production / km
Produit :		
Prix kg / pièce :		Calibre / Catégorie :
€		

Circuit court avec  
1 intermédiaire  
Produits  
locaux et  
durables

		<b>Origine France</b>
Production de :		Lieu de production / km
Produit :		
Prix kg / pièce :		Calibre / Catégorie :
€		

Hors CC  
Produits non locaux  
et/ou non durables

		<b>Origine</b>
Fournisseur :		
Produit :		
Prix kg / pièce :		Calibre / Catégorie :
€		

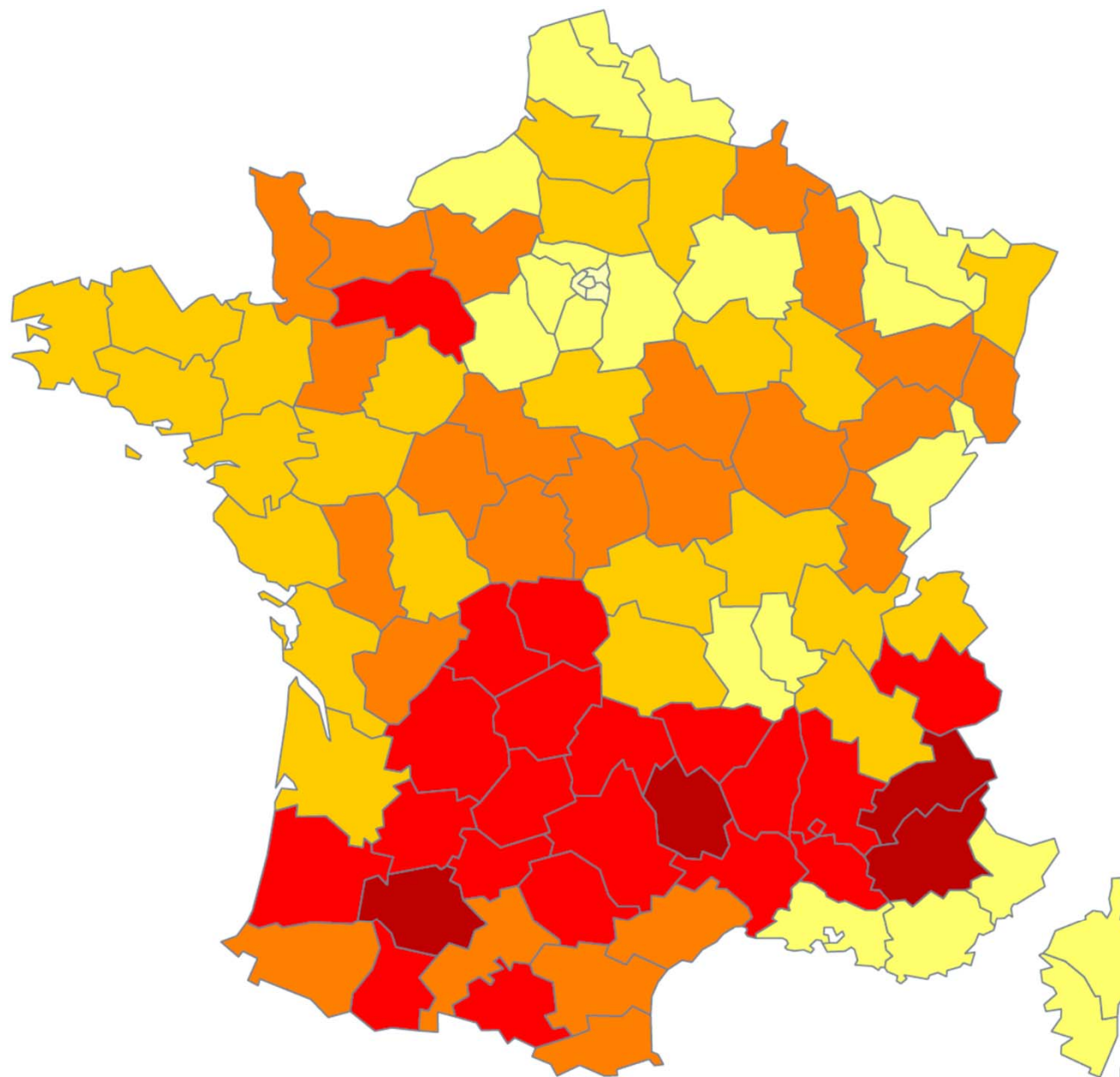
# 3. Travaux actuels au sein du RMT

→ Stratégies entrepreneuriales, chaînes de valeurs et transformation à petite échelle, transition agro-écologique

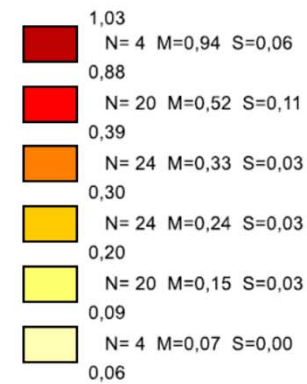
→ Approvisionnement local, résilience alimentaire et transitions alimentaires

→ Groupes transversaux: réglementation, logistique, numérique, formation

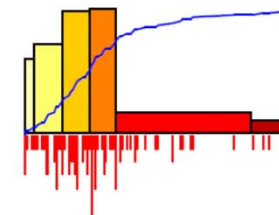
**+ Observatoire des systèmes alimentaires territorialisés**



[Q6] np

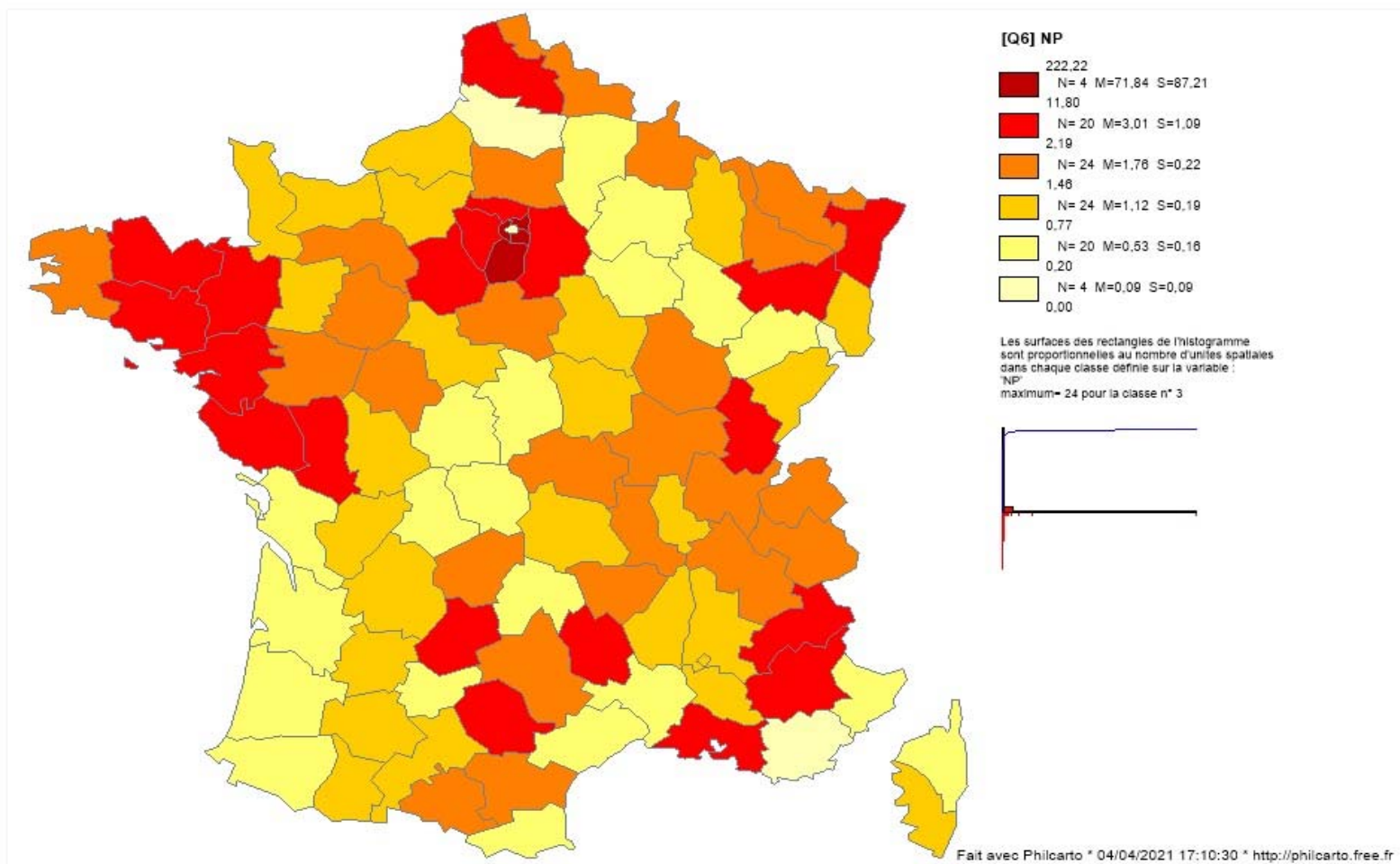


Les surfaces des rectangles de l'histogramme sont proportionnelles au nombre d'unités spatiales dans chaque classe définie sur la variable : 'np'  
maximum= 24 pour la classe n° 3



Fait avec Philcarto \* 01/04/2021 15:14:05 \* <http://philcarto.free.fr>

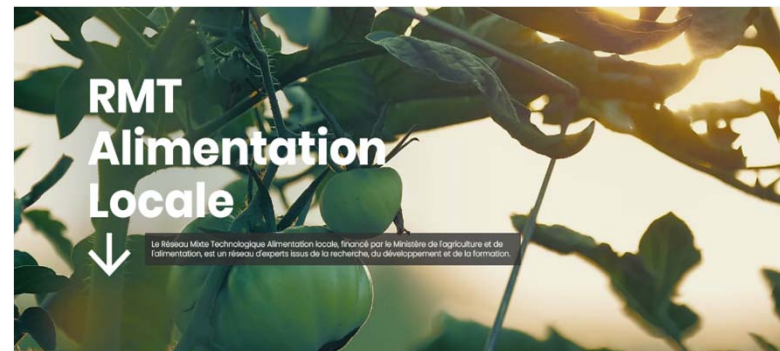
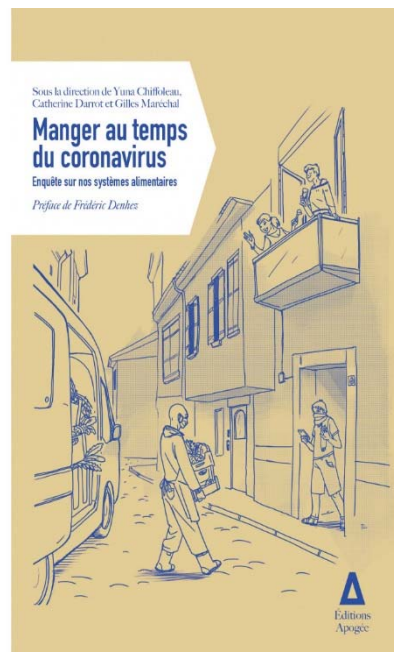
**Densité de la distribution alimentaire en vente directe en France (source : RMT  
Alimentation locale, avril 2021)**



Densité des outils de transformation (source RMT Alimentation locale, avril 2021)  
 (nombre outils / nombre d'exploitations agricoles)



# Ressources



<https://www.rmt-alimentation-locale.org/>