



LES TABLES RONDES DE L'ENSAT

L'INP-ENSA Toulouse & la Mission Agrobiosciences/ENFA

Une alimentation de proximité pour couper court aux crises ?

Vendredi 18 octobre 2013

Pensées comme des moments de culture, ces Tables Rondes, conçues et animées par Sylvie Berthier et Valérie Péan (Mission Agrobiosciences) s'inscrivent depuis trois ans dans le cadre de l'Unité d'Enseignement « Introduction au développement durable » de l'Ecole nationale supérieure agronomique de Toulouse. Destinés aux élèves de 2ème année mais aussi ouverts à tous publics, ces éclairages et ces échanges ré-interrogent les savoirs, appréhendent différentes approches et placent les futurs agronomes en état de questionnement et de réflexion.

Le sujet

Depuis une dizaine d'années, l'engouement pour les produits locaux ne faiblit pas, qu'ils soient issus de l'Agriculture Biologique ou conventionnelle, qu'on se les procure en direct sur des marchés de producteurs, via les Amap ou par colis Internet... Ainsi, en 2010, près d'un exploitant agricole sur cinq affirmait vendre en circuit court, sans que l'on dispose cependant de chiffres précis concernant les volumes écoulés. N'empêche, pour les producteurs, une profession fragilisée sur le plan économique et social, ces nouvelles formes de distribution offrent une diversification des sources de revenus et s'affichent socialement payantes.

Du côté des consommateurs, comment expliquer un tel enthousiasme ? Les raisons invoquées ne manquent pas, du désir de produits de saison, plus frais et plus goûteux, au soutien à l'économie locale, en passant par la lutte contre le gaspillage et la confiance retrouvée dans le système alimentaire écornée au fil des différentes crises (de la vache folle jusqu'aux lasagnes à la viande de cheval). Et puis, les produits locaux seraient plus écolos... Mais là, rien n'est moins sûr.

Résultats des courses : pas un jour ne passe sans révéler de nouvelles expériences initiées ici par un groupement d'agriculteurs, là par une association de consommateurs ou encore une coopérative. Tout le monde s'y met, même des collectivités territoriales et comités d'entreprise ainsi que certaines enseignes de la grande distribution.

Si, il y a peu encore, la consommation de proximité semblait relever d'une tocade, d'un mode d'approvisionnement alternatif concernant quelques bobos ou marginaux, elle semble aujourd'hui s'inscrire durablement dans le paysage de notre consommation.

Alors comment mieux valoriser les circuits courts et de proximité et mieux les articuler aux circuits longs ? Quels sont les paradoxes et les limites de l'alimentation de proximité ? Quels défis pour les décideurs publics et quels enjeux pour la recherche ? Autant de questions à instruire, pour que ce beau projet d'une alimentation durable ne se transforme pas en un simple fantasme d'autosubsistance attisant les replis identitaires.

Les intervenants



Yuna Chiffolleau est sociologue, chargée de recherche à l'Inra, coordinatrice du Programme Coxinel *Circuits courts de commercialisation en agriculture et agroalimentaire : des innovations pour le développement régional*, et spécialiste des circuits courts de commercialisation et des perspectives qu'ils offrent à l'activité agricole, en complémentarité avec les circuits longs. Elle est co-auteur de plusieurs ouvrages dont *Les circuits courts alimentaires : bien manger sur les territoires* (Educagri, 2008) ; *Agriculture paysanne, circuits courts, territoires péri-urbains* (PU Rennes, 2012) et de nombreux articles dont *Circuits courts alimentaires, dynamiques relationnelles et lutte contre l'exclusion en agriculture*.



Florence Scarsi. Ingénieure agronome, chargée de mission « Politiques d'une alimentation durable » au Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie, elle participe à l'analyse des effets économiques et environnementaux des instruments de politique alimentaire. Objectif : finaliser des propositions visant à faire évoluer les politiques menées et à développer des instruments adéquats. Elle est notamment co-auteur de la note "*Consommer local, les avantages ne sont pas toujours ceux que l'on croit*".



Pierre Moureu est agriculteur à Mazerolles (64). L'arrivée de son fils sur l'exploitation (polyculture-élevage, porcins, bovins, viande...) en novembre 2012 l'a conduit à se diversifier. Il s'associe alors à trois autres agriculteurs du Béarn au sein de la SARL Ferm'envie, un magasin proposant une très large gamme de produits alimentaires locaux fournis par 45 agriculteurs (80% ont leur exploitation en Béarn).

Par ailleurs, Pierre Moureu est élu à la Chambre d'agriculture, Vice-Président de l'Interprofession Porcine d'Aquitaine, Administrateur du Consortium jambon de Bayonne et Secrétaire général adjoint de la FNP (Fédération nationale porcine).

Le site Ferm'envie : <http://www.fermenvie.com/accueil>

TABLE RONDE

I - Etat des lieux : les réalités de la re-localisation

Mission Agrobiosciences : Rappelons déjà le contexte : la vente directe du producteur au consommateur n'est pas nouvelle. Depuis des siècles, les marchés locaux de villages ont été des lieux d'échanges... La rupture est assez récente. Elle date, principalement, de l'après deuxième Guerre mondiale, où s'est opéré cet éloignement avec l'apparition du marché de masse...

Yuna Chiffolleau. Effectivement, la vente directe et des formes de vente traditionnelles, comme le marché de plein vent, marquent l'histoire de l'agriculture et des régions françaises. Mais, c'est vrai, depuis la deuxième Guerre mondiale, ces formes traditionnelles de vente connaissent un déclin, à la fois face au développement des grandes surfaces, qui présentent notamment des avantages en termes de praticité et de diversité de produits, et par le fait que les petites fermes disparaissaient plus vite que les grosses. Or, c'était bien ces dernières qui pratiquaient cette activité de vente directe. D'où le déclin. Mais dans le même temps, des alternatives au modèle agro-industriel se construisent dans les années 50-60, notamment au travers d'associations entre le bio et la vente directe. Vous avez peut-être entendu parler de la méthode Lemaire-Boucher¹.

Historiquement, ce n'est pas en France que ces alternatives ont émergé, mais dans d'autres pays, comme les Etats-Unis et le Japon où elles ont été portées, après-Guerre, par des consommateurs, des citoyens qui ont cherché à se rapprocher des producteurs, principalement pour s'approvisionner en produits plus sains et, du coup, défendre une agriculture plus respectueuse de l'environnement. C'est ainsi qu'ont été créés les teikei au Japon, à l'initiative de femmes citoyennes. Ces systèmes de contractualisation entre paysans et consommateurs permettent à ces derniers de s'approvisionner en produits bio et sains, en réponse à des contaminations par des pollutions industrielles².

Et en France ?

Les alternatives sont timides. Le modèle agro-industriel domine jusqu'à ce qu'il soit remis en cause à travers les crises sanitaires. La crise de la vache folle, à la fin des années 90, marque une rupture importante, qui va encourager les consommateurs à se rapprocher des producteurs pour davantage de garanties, la proximité étant synonyme de garantie. Reste qu'à cette époque les modes de vie sont beaucoup plus urbanisés. Les gens ont moins de temps et peut-être perdu des savoir-faire pour cuisiner... C'est dans ce contexte que les circuits courts sont nés, poussés par les consommateurs et initiés par des producteurs, qui ne les avaient pas attendus pour innover.

Si les Amap (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne) sont les plus connus, il existe cependant une diversité de circuits courts au sens de la définition officielle, c'est-à-dire avec zéro ou un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. On peut ainsi citer le renouvellement des marchés de plein vent qui priorisent les petits producteurs, le boum des marchés nocturnes, la diffusion des points de vente collectifs gérés par des producteurs ou les formes très innovantes comme les Amap ou les paniers.

Ce renouvellement et ces innovations sont initiés par des producteurs, des consommateurs ou des collectivités qui, à partir des années 2000, s'engagent dans ce mouvement, en particulier par l'introduction de produits locaux dans la restauration collective. Pour autant ces circuits sont restés peu connus, voire décrédibilisés jusqu'en 2009.

¹ Lire sur le site Angers.fr Raoul Lemaire... pionnier du bio (avec des photos d'archive).

<http://www.angers.fr/de-projets-en-projets/decouvrir-angers/histoire-d-angers/chroniques-historiques/pour-s-informer/raoul-lemaire-pionnier-du-bio/index.html>

² Des années 1930 à 1960, le Japon a connu une contamination de l'eau de mer par des métaux lourds, en particulier du mercure, rejetés par une usine chimique qui provoqua, notamment chez les pêcheurs, la maladie dite de Minamata.

Que s'est-il s'est passé en 2009 ?

Face au bouillonnement d'initiatives et d'innovations autour des circuits courts, le ministre de l'Agriculture de l'époque, Michel Barnier, qui avait déjà permis une certaine reconnaissance à l'Agriculture Biologique, décide, dans cette même veine, de soutenir d'autres types d'agricultures dans une perspective de développement durable. Il met alors en place un groupe de travail sur le thème des circuits courts. Ce fut intéressant. Autour de la table, 50 structures participatives représentaient la diversité des acteurs concernés depuis l'amont jusqu'à l'aval, y compris la société civile.

Ce groupe a donc défini les circuits courts comme une forme de vente mobilisant au plus un intermédiaire, sans prendre en compte la distance géographique pour deux raisons importantes. D'abord, pour ne pas discriminer les producteurs éloignés des bassins de consommation. Si on avait limité les circuits courts à une distance de 80, 100 voire 200 km, des agriculteurs auraient été mis hors-jeu. Pensons par exemple à ceux du Massif central qui, faute de marché local suffisant, doivent aller jusqu'à Montpellier pour vendre leur viande. Discriminer, c'était rater notre cible, ceux qu'il faut soutenir. Et, deuxième raison, il ne fallait pas écarter Internet, qui était alors en plein boum.

La définition ne prend donc pas en compte la distance géographique. Cependant, le groupe a vraiment insisté sur les circuits courts et de proximité permettant de rapprocher producteurs et consommateurs d'une même région et a contribué à définir un plan d'action pour soutenir leur développement. Je citerai trois de leurs propositions : faciliter l'installation, améliorer la connaissance de ces circuits, qui ont été ignorés de la statistique agricole jusqu'en 2010, et promouvoir leur organisation, car ils sont peu structurés. C'est d'ailleurs un des freins.

Arrêtons-nous un instant sur les mots... Il y a la définition officielle des circuits courts, mais d'autres expressions sont employées : produit localement, consommation de proximité... Qu'est ce qu'un produit d'ici, de quel périmètre s'agit-il ? Toulouse, Midi-Pyrénées, Sud-Ouest, France vs viande roumaine ? Un produit fait par quelqu'un que l'on connaît ? Pouvez-vous lever les ambiguïtés qui pèsent sur les notions ?

Florence Scarsi. Effectivement, Yuna a commencé à aborder la définition des produits locaux. En règle générale, quand on parle de produits locaux en matière d'alimentation et d'agroalimentaire, on se réfère à deux types de circuits de commercialisation.

Tout d'abord, les circuits de proximité, dont la définition est logique, sont caractérisés par une distance kilométrique réduite entre le producteur et le consommateur. Mais, comme Yuna l'a expliqué, cette notion de distance kilométrique pose problème. Aucune distance n'a été fixée de manière officielle pour dire ce qu'est un circuit de proximité. Pour les produits qui sont vendus via le commerce de détail, une distance de 80 km est évoquée mais il s'agit en fait d'un seuil lié au « paquet hygiène »³ et non à la distribution. Dans son avis sur les produits locaux dans l'agroalimentaire, l'Ademe indique une distance de 150 km.

Par ailleurs, très souvent en France, quand on parle d'un produit local, on parle d'un produit français. Pourtant d'une certaine façon, un produit espagnol est peut-être plus local pour Toulouse qu'un aliment venu de Bretagne ou d'Alsace. Du coup, lorsqu'on parle de circuit de proximité, on ne sait pas de quoi il s'agit exactement. Tout dépend du porteur de projet et du consommateur... Chacun a sa propre définition du circuit de proximité, selon ses attentes et ses valeurs.

Comme l'a dit Yuna, quand Michel Barnier a voulu promouvoir les produits locaux, en 2009, il a fallu trouver une définition permettant de les caractériser. C'est ainsi que les circuits courts ont été définis avec un intermédiaire de vente au plus. Mais, là aussi, il y a une ambiguïté puisqu'un intermédiaire de vente au plus ne garantit en rien qu'un produit soit local. Par Internet, on peut très bien vendre des produits à l'autre bout du monde avec un seul intermédiaire -je pense en particulier au vin-, tout comme des produits locaux peuvent être vendus avec plus d'un intermédiaire. Donc, quand on parle de circuits courts, la notion de proximité commence à changer.

La proximité sociale... C'est peut-être en ce sens que l'on peut dire qu'un circuit court est aussi une forme de commercialisation de produits locaux. Elle permet peut-être plus facilement d'identifier d'où vient le produit et comment il a été fabriqué. Et n'est-ce pas en fin de compte ce qui va intéresser le consommateur ?

³ En dessous d'une distance de 80 km à vol d'oiseau entre le siège de l'exploitation et le commerce, les produits animaux peuvent être transportés par glacière. Au-dessus, l'usage d'un camion frigorifique est obligatoire.

Avez-vous des repères chiffrés concernant les volumes de produits écoulés dans ces réseaux de proximité et la manière dont ils sont distribués ? Et quels produits ?

Y. Chiffolleau. Je n'ai pas de réponse concernant les produits de proximité, mais nous avons en revanche quelques données sur les circuits courts. Nous n'en avons pas eu jusqu'en 2010, où ils étaient encore considérés comme une forme de diversification au même titre que l'accueil à la ferme. On se contentait alors de demander aux producteurs s'ils faisaient de la vente directe ou pas (ce qui est très réducteur) sans indication de volumes, ni de chiffres d'affaires... L'une des conséquences du groupe Barnier a été d'introduire les circuits courts dans la statistique agricole.

Depuis, même si nous n'avons pas de recul, on sait que cela concerne 1/5^{ème} des agriculteurs en France, soit environ 100 000 agriculteurs, et de façon très variable selon les filières. Les produits les plus représentés sont le miel et les fruits et légumes. Très variable également selon les régions. Dans certains territoires comme le Sud-Est, la Corse et les Dom, ils sont très développés. En revanche, ils le sont très peu dans les régions largement axées sur les productions intensives, comme la Bretagne. On sait aussi que les exploitations engagées dans des circuits courts sont plus petites que la moyenne, dégagent davantage de main-d'œuvre et pratiquent plus fréquemment le bio - même s'il ne faut pas faire l'amalgame circuit court = bio. Un tiers de ces exploitations, donc plus de 30 000, dégagent plus de 75% de leur chiffre d'affaires en circuits courts. Le recensement agricole a enfin permis d'affirmer que cette activité n'est pas anecdotique, pas marginale même économiquement. Aujourd'hui, la commercialisation se fait selon plus de 20 modalités différentes, selon qu'il y ait 0 ou 1 intermédiaire.

F. Scarsi. Je rajouterai deux points. Le premier concerne la disparité régionale. Souvent, les régions qui produisent un aliment en quantité, le commercialisent moins en circuits courts que celles faiblement productrices. La raison est simple : elle dispose de filières longues très bien structurées par des organisations de producteurs ou autres coopératives, qui se chargent de commercialiser la production. Un exemple : l'Aquitaine et Midi-Pyrénées produisent beaucoup de volailles qu'elles commercialisent dix fois moins en circuits courts que la Provence. Deuxième point, les producteurs qui s'installent en circuits courts sont un peu plus jeunes que la moyenne des agriculteurs : 49 ans contre 52, en 2010..

Jeunes couples, militants et mamies

Que sait-on des consommateurs de circuits courts ? Des bobos...

Y. Chiffolleau. Des bobos, oui, il y en a. Il y a aussi des militants, souvent les plus médiatisés, mais les études dont nous disposons montrent qu'ils sont plutôt minoritaires au sein des consommateurs de circuits courts. Disons qu'il y a les militants qui agissent par conviction. Il y a ce que certains de mes collègues appellent les héritiers, qui fonctionnent ainsi depuis toujours, sans penser aux enjeux que cela représente. Ce sont des mamies qui vont au marché acheter à des producteurs, parce qu'elles savent reconnaître les bons produits, contrairement aux jeunes urbains. Reste la catégorie des « fonctionnels sympathisants » dont l'exemple type est le jeune couple qui, au moment du premier enfant, commence à s'inquiéter de l'alimentation, de l'origine des produits, et à lire les étiquettes qu'ils n'avaient jamais vues jusque-là. Petit à petit, au fil des habitudes, ils trouvent que les circuits courts ce n'est pas si mal : bon, pratique et pas trop cher. Ces données viennent d'études régionales, mais au plan national les résultats sont à peu près les mêmes. Il existe enfin une enquête nationale sur les consommateurs et leur rapport aux circuits courts, sur la base d'un échantillon représentatif de 600 acheteurs en circuits courts et 600 qui ne le sont pas. Nous allons mieux savoir qui ils sont. Je ne peux pas encore diffuser les résultats, je peux vous dire quand même qu'il y a une majorité de CSP +, de gens plutôt bien éduqués et plutôt aisés mais aussi de nouveaux consommateurs parmi les autres catégories. Il y a là un vrai défi : démocratiser les circuits courts.

Venons-en aux agriculteurs engagés dans ces circuits. Pierre Moureau, vous avez monté, il y a un an, avec trois autres agriculteurs-associés, un magasin alimenté exclusivement par un réseau d'agriculteurs. Pourquoi un tel magasin, quelles ont été vos motivations ?

Pierre Moureau. Nous sommes quatre agriculteurs-associés et nos quatre fils sont installés sur nos exploitations, après avoir passé leur BTS et connu une expérience à l'extérieur durant un an ou deux. Le temps de la réflexion... Avec ce magasin, nous avons trouvé un moyen de les installer d'une manière dynamique, positive car, vous le savez, l'agriculture connaît quelques difficultés. Je suis éleveur de porcs, valorisés au sein de la filière longue jambon de Bayonne sous IGP porc du Sud-Ouest, et producteur de viande bovine. La question était de savoir s'il fallait continuer de développer nos élevages ou tenter de nous diversifier vers un autre secteur. Nous avons étudié tout cela sans vraiment savoir par quel bout le prendre. Finalement, nous avons opté pour la valorisation des produits dans la proximité. C'est le consommateur qui viendrait à nous. Cela a conduit à la création d'un magasin à Serres-Castet, une zone urbaine paloise où le pouvoir d'achat est assez élevé. Aujourd'hui, nos jeunes sont installés, le magasin est ouvert et il fonctionne car il répond à une attente sociétale que nous avons identifiée.

Comment fonctionne ce magasin ?

Des exploitants-agricoles (45 au départ, 74 aujourd'hui) nous apportent leurs produits. Ces apporteurs, qui ne sont pas nos associés, sont liés par un contrat de mandat. Les choses sont juridiquement bien ficelées. Chaque producteur reste propriétaire de son produit jusqu'au passage en caisse. Il en a la responsabilité notamment sur le plan sanitaire, le prix fixé....

Chaque fin de mois, nous établissons le bilan de ce qui a été vendu, nous éditons une facture et le payons. Quand un consommateur nous dit qu'un produit est un peu cher, nous répercutons l'information au producteur. Nous gérons aussi les DLC⁴. Quand un produit arrive à la limite, le responsable du magasin appelle le producteur qui décide soit de retirer le produit, soit de faire une promotion...

Aujourd'hui, nous avons 1200 références en rayons, et un service-arrière pour la boucherie et la charcuterie, tenu par des professionnels qui conseillent les clients et qui découpent la viande transformée en partie sur place. Actuellement, l'un de nos employés travaille à l'élaboration de plats afin que nous puissions développer le rayon traiteur et répondre à une demande croissante des clients.

A qualité égale, moins cher que les grandes surfaces

Les principales critiques qui portent sur les circuits courts affirment que ce type de distribution s'adresse d'abord aux catégories socioprofessionnelles supérieures, car les prix y sont plus élevés qu'en supermarché. Quelle politique de prix pratiquez-vous ? Pouvez-vous tenir la comparaison avec les grandes surfaces ou les petites épiceries ? Et retirez-vous un revenu substantiel de cette activité ?

Sur la question du revenu, difficile de chiffrer précisément, car nous n'avons pas encore un an d'existence. Néanmoins, l'arrêté comptable au bout de huit mois d'installation montre que cette activité est correctement rémunérée.

Concernant le prix des produits, cette question a été l'un de nos principaux soucis. Il faut savoir que nous sommes cernés par des grandes surfaces. Il y a notamment un très gros Intermarché à côté. Les relevés que nous avons effectués chez ces concurrents montrent que nous sommes moins chers que la grande distribution. Mais, attention, nous ne sommes pas moins cher que le standard qu'ils mettent en avant. Il faut donc faire attention à la façon dont on compare les prix. Chez nous, vous ne trouverez pas un poulet gratuit, pour un poulet acheté, ou le kilo de porc à 2 €. Dans ce genre d'offre, c'est l'éleveur qui meurt. Nous nous comparons donc par rapport à des produits de qualité, car la grande

⁴ La DLC, date limite de consommation, concerne les produits ultra-frais (produits laitiers, viande...) qui doivent être absolument conservés au froid, car ils présentent des risques microbiologiques. La DLUO, date limite d'utilisation optimale, elle, se trouve sur les conserves, surgelés... Jusqu'à cette date, le fabricant garantit le même goût et la même teneur en garantie que si le produit était frais. Au-delà, le produit reste consommable.

distribution propose aussi produits de qualité, mais ne les met pas toujours avant, car ils dégagent moins de marge. Comparé à ces produits de qualité, nous sommes moins chers. Un exemple : dans notre magasin, le poulet est vendu 8 €/kg. Le mêmepoulet, nommé fermier, Label Rouge... est à 9,5 €/kg en grande surface. La chipolata affiche 8,5 euros/kg chez nous, 9,8 chez eux.. Si l'on prend les bons repères pour comparer, nous sommes donc moins chers. Mais, évidemment, beaucoup ont la tentation de comparer nos produits avec ceux étalés sur des affiches en 4x3, proposant des prix imbattables jusqu'au lendemain midi. Là, on ne peut pas.

Vos clients appartiennent-ils à des catégories plutôt aisées, urbaines ? Ont-ils des attentes particulières ? Et ce dialogue entre agriculteurs et consommateurs, réclamé depuis des années, s'opère-t-il dans votre magasin ?

Non, le magasin est installé dans une zone à fort potentiel, où les gens ont de gros revenus. Mais moi, je ne sais pas faire la distinction entre consommateur bobo et non-bobo. Aujourd'hui, notre clientèle se catégorise plutôt selon les jours de la semaine. En début et milieu de semaine, viennent surtout les papis, les mamies et de jeunes femmes avec des enfants en bas-âge. Puis, le vendredi après-midi et le samedi, ce sont des familles, des cinquantenaires qui nous disent faire les courses alimentaires chez nous, pour acheter des produits de qualité, et utiliser le drive de Leclerc ou d'Inter pour les produits non-alimentaires, notamment ceux pour l'entretien. Dans notre magasin, il n'y a que de l'alimentaire : on n'est donc pas tenté par autre chose.

Et puis, oui, il y a un dialogue ! Toutes les fins de semaine, nous élaborons un planning pour que, à tour de rôle, les producteurs viennent discuter avec les consommateurs. Un exemple flagrant : notre producteur de poires a mis en rayon des Williams rouge. Cette variété est délicieuse mais sa durée de vie est très courte. Impossible de manipuler ces fruits n'importe comment, sinon ils blettissent et deviennent immangeables. Notre collègue est venu expliquer tout cela aux consommateurs qui ont adoré ce produit. Nous relocalisons l'histoire d'un produit que le client ne peut obtenir dans la grande distribution qui est beaucoup plus déshumanisée. Nous avons l'impression que nos clients viennent chercher un peu d'humain.

En hiver notamment, comment pouvez-vous proposer une diversité de fruits et légumes ?

C'est vrai qu'à cette époque il y a moins de fruits et légumes. Les pêches, les prunes et les raisins sont terminés. Cet hiver, nous aurons des kiwis, des poires et des pommes. Des produits de saison, un point c'est tout. Nous avons déjà eu des consommateurs qui venaient acheter des poivrons au mois de janvier. Nous n'en avons pas, bien-sûr. Ce n'est pas évident. Nous leur expliquons, mais ils mettent du temps à comprendre, tant ils sont habitués à trouver n'importe quoi à n'importe quelle saison.

Depuis longtemps, nous avons perdu ces repères : s'il y a un produit, c'est qu'il y a eu un acte de production. Il y a eu un déphasage entre l'acte d'achat et l'acte de production. Nous faisons de l'éducation, nous expliquons à notre modeste place. Et puis, cet hiver 2013, nous avons particulièrement eu de gros problèmes climatiques avec la pluie, la neige... Alors, nous avons collé des affichettes demandant de nous excuser parce que les rayons étaient vides, alors que nous aurions pu les remplir avec des produits espagnols, par exemple. Mais nous nous y sommes refusés. On ne trouve pas de produits locaux si le temps est mauvais, si les produits ne sont pas mûrs. Cela fait partie de notre éthique et nous n'avons pas créé ce magasin pour faire comme la grande distribution d'à côté.

Yuna, Florence... Une réaction ?

Y. Chiffolleau. Je confirme que nos observations nationales montrent que, à qualité égale, les circuits courts ne sont pas plus chers, voire moins chers. En revanche, le problème reste celui de l'accès. Les populations les plus fragiles et les plus démunies ont souvent accès aux circuits courts les plus chers. Et puis, des familles s'auto-excluent parce qu'elles ne veulent pas s'identifier à l'image « circuits courts = bio, bobo, militants ».

F. Scarsi. Vous avez cherché une diversification et une rentabilité financière. Au final, cela donne aussi une nouvelle façon de vendre les produits et de dialoguer avec le consommateur. Une forme d'éducation, ce qui est très important pour promouvoir une alimentation plus durable. Votre expérience est très intéressante.

DEBAT AVEC LES ETUDIANTS

Alimentation et pauvreté

Camille. Je trouve intéressant de relier le bobo au culturel parce que je crois que le consommateur moyen accorde une infime partie de son revenu à l'alimentation. En réalité, je pense que très peu de gens sont contraints d'acheter des produits en entrée de gamme. Nous avons des marges pour choisir et payer un prix juste au producteur. Même dans le cas des familles les plus défavorisées.

Y. Chiffolleau. Les circuits courts pour les familles les plus démunies est une question difficile, parce qu'il y a un problème d'image et d'accès, même s'ils présentent un meilleur rapport qualité-prix. En ce moment, il y a une voie très médiatisée, celle de donner les rebuts, notamment des supermarchés, pour lutter contre le gaspillage et cela apparaît ainsi comme vertueux pour l'environnement. Sauf que donner aux pauvres ce qui est presque périmé, je soutiens cela moyennement ça. Ce serait cautionner une alimentation à deux vitesses.

Pour nous, les circuits courts signifient qu'une autre voie est possible, que l'on peut introduire les produits locaux dans les filières de l'aide alimentaire. Nous avons des partenariats avec les Restos du cœur et des producteurs de la région Languedoc-Roussillon, avec l'appui du Marché d'intérêt national de Montpellier qui assure la logistique. Parce que pour permettre l'accès à des produits de bon rapport qualité-prix, il faut optimiser et réduire les coûts de transport.

Ainsi, des innovations organisationnelles sont expérimentées un peu partout, pour que la solidarité alimentaire ne soit pas une simple démarche caritative, qui a sans doute des intérêts environnementaux mais laisse toujours les pauvres à leur place, à savoir « vous consommez ce qu'on vous donne ». Dans ces expériences, on essaie de ré-impliquer les gens, de leur donner la capacité de choisir pour qu'ils redeviennent acteurs de leur alimentation. C'est long et quand on fait cela on perturbe le fonctionnement de l'aide alimentaire en France. Des millions d'euros sont en jeu. Du coup, on nous bloque, même quand on est à l'Inra. Il faut rappeler que 3 millions de personnes s'approvisionnent dans les banques alimentaires et qu'il y a de plus en plus d'agriculteurs en difficultés.

Solène. Y-a-t-il des règles sanitaires pour les circuits courts comme on en trouve en circuits longs ?

F. Scarsi. Les règles sanitaires et les contrôles sur les produits vendus en circuits courts sont les mêmes que pour ceux vendus en circuits longs. Les règles européennes et les règles nationales s'appliquent. C'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles la définition des circuits courts introduit un intermédiaire de vente au plus car pour des produits comme la viande, il y a forcément un intermédiaire de vente, l'abattoir, puisque l'agriculteur ne peut pas abattre son animal à la ferme.

Un étudiant. Sur la concurrence au sein de votre magasin, les plus petits producteurs ne sont-ils pas désavantagés par rapport aux plus gros ?

P. Moureu. Sachant qu'il n'est pas question que nous mettions les producteurs en concurrence, nous avons fait attention. Comment ? En ne doublant jamais un produit. A partir du moment où un producteur est capable nous fournir un produit, nous n'avons aucune raison d'en proposer un autre, concurrent. En revanche, si l'exploitant ne peut pas nous approvisionner, nous le remplaçons par un autre. Mais cela se fait en bonne intelligence.

Il y a toutefois une exception sur les fromages : nous proposons quatre brebis, car leurs goûts sont très différents. Difficile de ne proposer qu'un seul fromage qui pour vous sera trop fort, pour l'autre pas assez goûteux, parfait pour un troisième... Sur de tels produits, où existe une grande sensibilité de goûts, nous répondons par une offre élargie. Mais les règles du jeu sont connues : ce n'est pas une question de concurrence, mais une question de goûts.

Un étudiant. Quelle est la répartition géographique des exploitations des 74 agriculteurs qui fournissent votre magasin ? Et quelle est la distance kilométrique de l'agriculteur le plus éloigné ?

P. Moureu. 85% des produits viennent du département, à 30 km autour du magasin. Ensuite, nous sommes allés un peu au-delà du département afin que le consommateur puisse trouver tous les produits dans le magasin. Ainsi dans notre département, très humide, on ne peut pas cultiver l'ail et l'oignon. Nous nous approvisionnons donc dans le Gers, comme pour les melons (à Lectoure) bien

meilleurs que ceux des Pyrénées-Atlantiques. Beaucoup plus exotique, notre producteur de riz habite dans l'Aude – c'est le plus éloigné- et nous avons un fournisseur de nouilles à Toulouse ; un jeune agriculteur qui cultive 40ha de blé dur et qui produit, avec sa mère, des pâtes super. Chez nous, il n'y a pas de blé dur, mais du maïs. Difficile d'en faire des pâtes...

Sacha. Sur les 74 agriculteurs qui fournissent votre magasin, combien sont en bio ?

Pierre Moureu. Cinq producteurs de produits laitiers essentiellement, deux en légumes. Les autres sont en agriculture raisonnée.

Un étudiant. Comment choisissez-vous vos producteurs ? Et ne créez-vous pas une certaine précarité chez ceux que vous ne prenez pas ?

P. Moureu. Nous avons démarré à 45, en décembre 2012. Dix mois après, nous sommes 74. A un moment donné, il faut savoir s'arrêter. Alors, comment les avons-nous choisis ? Nous, les quatre associés, nous sommes rendus sur au moins 80% des exploitations des agriculteurs qui nous livrent, pour voir comment ils travaillent et pour goûter leurs produits. Car nous ne voulons pas faire comme la grande distribution. Nous sommes attendus sur la qualité et c'est l'une des règles sur laquelle nous sommes très à cheval. Pour preuve, deux ou trois agriculteurs ne sont plus apporteurs du magasin, car ils avaient des problèmes de qualité de produits, notamment sanitaire pour l'un d'entre eux : ses yaourts gonflaient. Cela peut arriver, on lui a dit et redit. Mais, quelques mois après, le problème n'était pas réglé, nous avons des retours négatifs de clients... Il arrive donc que l'on soit amené à se séparer d'un agriculteur. Cela fait partie des règles du jeu, le contrat de mandat qui nous lie le stipule, on en a parlé ensemble.

Solène. Vous justifiez les prix par le fait que ce sont des produits de qualité. Y-a-t-il un moyen pour les consommateurs de vérifier que c'est bien le cas ?

P. Moureu. Déjà, pour beaucoup, nous proposons des produits sous appellation de qualité (label, IGP, AOP...) bien que nous ne pouvons pas utiliser le Label Rouge qui appartient à une structure. Mais nous avons ce dialogue avec les consommateurs. Et, surtout, nous avons les retours des clients viennent sur les recommandations de clients qui leur ont vanté les mérites de la viande... Je ne suis pas sûr que l'on ait une moyenne de 200 clients jours, si nous ne vendions pas des produits de qualité. La meilleure réponse est là.

Un étudiant. Vous contrôlez la qualité des produits apportés par les producteurs. Pourquoi ne contrôlez-vous pas les prix aussi ? Ne pensez-vous pas que les producteurs vont profiter de votre structure pour faire un meilleur profit ?

P. Moureu. Effectivement, le producteur est maître de son prix, mais nous le « cadrons » un peu, en lui fournissant une fourchette des prix relevés chez nos concurrents. Du coup, si son prix est trop élevé et que les ventes ne sont pas au rendez-vous, nous lui demandons soit de baisser, soit de laisser la place à quelqu'un d'autre. Car on ne peut pas lui laisser de l'espace et du personnel qui gère les rayons, s'il ne vend rien. Ce n'est pas tenable économiquement pour notre structure. Il nous est ainsi arrivé dé-référencer un producteur de vins, trop cher, qui ne voulait rien savoir, alors que nous ne vendions rien dans son rayon.

Marie-Camille. Comment faites-vous pour rémunérer les personnes qui s'occupent de la mise en rayons, de la caisse, etc. ?

P. Moureu. Le magasin compte six salariés, dont trois bouchers. Ces personnes doivent être rémunérées et nous avons investi 400 000 euros dans l'outil, grâce à un emprunt que nous devons rembourser à la banque. Dans le contrat de mandat passé avec les producteurs, il est prévu que nous prenions une commission sur le produit. A la fin de chaque mois, nous établissons une facture qui comporte le montant des ventes HT moins cette commission destinée à payer les frais.

Maxime. Est-ce que tous les producteurs de votre magasin s'y retrouvent avec ce qu'ils vendent en magasin ou bien doivent-ils avoir d'autres activités à côté ?

P. Moureu. S'ils devaient vivre des ventes dans le magasin, des producteurs ne s'en sortiraient pas. Ils ont d'autres circuits de vente bien sûr. Je pense au vin. Notre région est très viticole, nous référençons plusieurs producteurs. Si le magasin représente un débouché important pour eux, il n'est pas suffisant. Idem pour les fromages et les volailles, surtout le canard gras. L'un de nos associés produit du canard

gras et il est loin de tout vendre dans le magasin. Tout le monde écoule dans d'autres circuits, même si le magasin reste un bon débouché.

Valentin. Quelles institutions vous ont aidés à financer votre projet et jusqu'à quelle mesure ?

Pierre Moureu : Nous avons deux banques, le Crédit agricole et la Banque populaire simplement car, sur les quatre associés, deux sont au Crédit agricole et deux à la Banque populaire. Ensuite, nous avons fortement été aidés par la Chambre d'agriculture.

Quand nous avons réfléchi à la mise en œuvre de notre magasin, nous sommes allés en Région Rhône-Alpes où ce type de magasin est très développé. Cette Région possède des compétences pour monter de tels projets, notamment un référent national basé au sein de la Chambre d'Agriculture de l'Ain. Il nous a aidés de A à Z, c'est-à-dire de la conception du magasin en fonction de l'étude de marché que nous avons réalisée (calcul des mètres linéaires de froid nécessaires, cubage des chambres froides...) au cahier des charges pour trouver une entreprise de communication. Le nom Ferm'envie, le logo, l'image, la communication dans le magasin... tout a été pensé. Par exemple, je vous parlais tout à l'heure de l'éducation du consommateur : ici et là, des panneaux pédagogiques rappellent les fruits et légumes de saison.

Enfin, nous avons suivi une formation financée par Vivea et par l'Adepfo (Association de développement des Pyrénées par la formation) pour que nous puissions aborder ce projet d'une manière professionnelle. Rien n'a été fait au hasard.

Une étudiante. Vous avez parlé de main-d'œuvre dans les circuits courts. J'aimerais plus de détails.

P. Moureu. Pour compléter nous nous n'avons pas eu droit au Feader - après le Feader, le dossier passe au niveau des Directions départementales des territoires et de la mer. Nous avons déposé un dossier qui a été refusé. Même l'Europe a du mal à aider ce type de démarche.

En terme de main d'œuvre notre modeste expérience nous avons installé 4 agriculteurs, nos quatre enfants, nous avons créé six emplois (quatre temps plein et deux mi-temps), nous avons renforcé des exploitations agricoles, je pense notamment à une productrice de fromages de chèvre et de brebis, qui était seule sur l'exploitation. Son mari a arrêté son travail et est revenu sur l'exploitation parce qu'elle fait de très bons produits donc ça se développe. Même si on est très modeste, en termes de main d'œuvre, je pense que la mission est remplie.

II - *Paradoxes, avantages et limites des produits locaux*

► Premier paradoxe : les avantages des produits locaux ne sont pas ceux que l'on croit

Mission Agrobiosciences. Florence Scarsi, vous avez publié une note pour votre ministère dans laquelle vous indiquez que l'équation que font souvent les consommateurs « produits locaux = produits écolos » n'est pas si juste... En somme, leur qualité environnementale n'est pas systématiquement meilleure que celle de produits venant de l'autre bout du monde... Vous pouvez nous expliquer...

F. Scarsi : Déjà, je voudrais revenir sur l'origine de cette fausse idée, qui est née au début des années 90 dans les pays anglo-saxons et au Royaume-Uni. Selon le concept du *food miles*, moins un produit parcourt de kilomètres, meilleur est son bilan carbone. Je vais expliquer pourquoi il s'agit d'une idée reçue sur laquelle même les Anglais sont revenus. Ils se sont rendus compte qu'il valait mieux qu'ils consomment des tomates marocaines que celles cultivées sous serre chauffée au Royaume-Uni.

Premier point, l'impact environnemental n'est pas que l'impact carbone. Cette distinction est très importante en agriculture qui peut avoir des bénéfices pour l'environnement, en termes par exemple de préservation de la biodiversité ou de qualité de l'eau. Voilà déjà une première raison pour laquelle on ne peut pas se fier exclusivement à une distance kilométrique pour dire qu'un produit est meilleur pour l'environnement.

Tomates marocaines, agneau de Nouvelle-Zélande et pain artisanal

Ensuite, je vais vous illustrer par trois exemples pourquoi, même si on ne regarde que le bilan carbone, un produit local n'est pas forcément meilleur pour ce bilan. Première raison, parce qu'un produit local ne dit rien de la façon dont il a été produit. Pourtant, ce qui pèse le plus dans le bilan carbone des produits agricoles et alimentaires ce n'est pas le transport (il ne pèse que 17%⁵), mais la phase de production agricole, avec 57%. Deuxième raison : la phase de transport dépend certes de la distance kilométrique mais également du mode de transport et de l'optimisation logistique. Troisième raison, les pratiques du consommateur comptent également.

Revenons au mode de production, et à l'exemple des tomates produites sous serre chauffée au Royaume-Uni. Au bout du compte, des études montrent que les Anglais ont plus intérêt à importer des tomates qui ont poussé en plein champ au Maroc, que consommer celles qui ont été cultivées sous serre chauffée au Royaume Uni, une pratique qui demande beaucoup d'énergie. Autre exemple : pour produire une tomate bio, on n'utilise pas d'intrants de synthèse dont la production est énergivore et créatrice de gaz à effet de serre. Conclusion : ne pas utiliser d'intrants chimiques pour faire pousser une tomate bio peut être un avantage pour son bilan carbone.

Ces deux exemples montrent que le bilan de la phase de production de la tomate peut varier selon l'itinéraire technique employé par les agriculteurs.

Deuxième raison, la phase de transport dépend de la distance kilométrique mais, finalement, cela ne compte pas tant que ça. Ce qui joue davantage, c'est le mode de transport. Prenons l'exemple célèbre de l'agneau de Nouvelle-Zélande : le mode de transport maritime est très peu impactant par rapport au mode de transport routier qui, lui-même, connaît une grande variabilité des émissions de gaz à effet de serre à la tonne/kilomètre. Comprenez : au sein du mode de transport routier, il existe un écart entre le camion de 40 tonnes qui transporte l'agneau néo-zélandais du port jusqu'à point de vente, en émettant 84 g de CO₂ à la tonne/kilomètre, et le petit véhicule utilitaire de 3,5 tonnes qui émet plus de 1000 g à la tonne/kilomètre, parce qu'il est moins efficace (quantité transportée réduite par rapport au carburant consommé). Au final, une étude, réalisée il y a quelques années en Allemagne, a montré qu'un agneau élevé en Nouvelle-Zélande, transporté pendant 20 000 km par un bateau -qui retourne à plein en Nouvelle-Zélande-, puis pendant 400 km avec un gros camion - qui, lui, va retourner à vide au port-,

⁵ Selon l'Ifen : « Les ménages acteurs des émissions de gaz à effet de serre », collection Pressions, n°115, novembre-décembre 2006

affiche un bilan de phase de transport à peu près équivalent à celui d'un agneau élevé en Allemagne et transporté pendant 100 km dans une camionnette revenant à vide à l'exploitation.

Enfin, la troisième raison pour laquelle le bilan carbone d'un produit local n'est pas forcément meilleur, se situe au niveau du consommateur. Prenons pour exemple le pain, et trois façons de le produire : chez soi, dans une boulangerie artisanale ou dans une boulangerie industrielle.

Si l'on ne regarde que la phase de fabrication, d'un point de vue consommation d'énergie et bilan carbone, la production de pain dans une boulangerie industrielle est la plus intéressante. En revanche, si on y inclut le transport du consommateur entre son domicile et le lieu de vente, les choses changent. Plusieurs cas de figures. Si le consommateur habite à plus de 500 mètres d'un supermarché, il vaut mieux d'un point de vue du bilan carbone qu'il aille acheter son pain dans une boulangerie artisanale. S'il habite à plus d'un kilomètre du supermarché, il vaut mieux qu'il fasse le pain chez lui.

En résumé, le bilan carbone d'un produit dépend de nombreux facteurs. Les produits locaux peuvent avoir un bilan carbone meilleur que des produits lointains, mais cela peut également être le contraire.

Par ailleurs, votre note révèle aussi des avantages des produits locaux auxquels on ne pensait pas forcément, en particulier ce que vous appelez les aménités environnementales...

F. Scarsi. Là-aussi, je vais prendre des exemples des avantages que peuvent avoir les circuits courts en matière environnementale.

Premier point, nous l'avons précédemment évoqué, davantage de producteurs qui commercialisent en circuits courts sont engagés dans des modes de production à faible utilisation d'intrants, notamment en Agriculture Biologique. D'après le recensement agricole, en France en 2010, 2% des agriculteurs étaient en Agriculture Biologique et parmi les agriculteurs qui commercialisaient en circuits courts, 10% étaient en AB. Cela fait quand même cinq fois plus en moyenne. Sur le terrain, on constate que des efforts plus importants sont réalisés par les producteurs engagés en circuits courts sur le plan de la production.

A propos des aménités environnementales, on constate, surtout pour les zones urbaines et périurbaines, que lorsque des producteurs commercialisent en circuits courts cela permet de maintenir une ceinture verte autour de la zone urbaine. Cette ceinture verte a beaucoup de vertus : 1) elle permet de conserver du foncier en terres agricoles, donc de lutter contre l'artificialisation des sols et l'urbanisation croissante. 2) De maintenir une certaine biodiversité sauvage. 3) Biodiversité qui va créer une certaine régulation du climat, donc lutter contre le réchauffement climatique. 4) De mieux s'adapter aux changements climatiques car, grâce à l'évapotranspiration des végétaux, la température autour de la ceinture verte va diminuer. 5) Et cela permet de conserver certaines variétés locales et anciennes qui, mal adaptées aux filières longues, pourraient disparaître si elles n'étaient pas commercialisées en circuits courts.

La commercialisation des circuits courts propose donc toute une série d'avantages d'un point de vue environnemental. Reste qu'il est très difficile de quantifier ces aménités. Cela montre l'importance de rattacher un projet de circuit court à un territoire et à des enjeux bien précis.

Les circuits courts, pour reprendre la main sur son destin

Qui dit circuits courts, dit agriculture... L'un des premiers enjeux est donc de maintenir un tissu d'agriculteurs. Yuna, pouvez-vous nous rappeler en quelques chiffres la fragilisation des agriculteurs et des ménages agricoles ? Et en quoi les circuits courts sont une réponse ?

Y. Chiffolleau. Effectivement, nous avons commencé à travailler sur les circuits courts en 2005, à une période où l'on n'en parlait pas du tout, sauf pour les critiquer ou les décrédibiliser. Pourtant, certaines associations alternatives de développement nous ont questionnés sur le rôle que pourraient jouer ces circuits dans la lutte contre la fragilisation en agriculture et plus largement dans la société.

Un petit rappel sur la fragilisation de l'agriculture, dont les revenus sont en constante diminution : 22% des ménages vivent en dessous du seuil de pauvreté au début des années 2000 et 40% des exploitations agricoles dégagent un revenu inférieur au Smic. Cette fragilisation économique s'accompagne d'une fragilisation sociale, d'un mal-être et d'un manque de reconnaissance dû en partie

aux vives critiques portées contre les agriculteurs accusés d'être des pollueurs et mis en cause lors de la crise de la vache folle. Si certains se sont rapprochés des producteurs, d'autres en revanche développent une crise de confiance générale vis à vis de l'agriculture et des agriculteurs. Cette accusation n'est pas facile à vivre. Egalement, des agriculteurs qui se sentent mal quand ils n'arrivent plus à suivre, dans ce monde où il faut capter toujours plus d'information, innover. Pas si simple, surtout quand on n'a pas de successeur... Ce mal-être s'est traduit, notamment au milieu des années 2000, par le taux de suicide le plus important de toutes les catégories socioprofessionnelles : un tous les deux jours. Nous l'avons observé concrètement en Languedoc, où nous avons réalisé un très gros travail sur la fragilité en milieu viticole. Nous avons réalisé des enquêtes auprès de couples dont l'un s'est suicidé quelques semaines après. Une alerte a été lancée par la MSA, la protection sociale du monde agricole, l'une des premières à réaliser l'ampleur du phénomène, pour tenter de comprendre ce mal-être et trouver des réponses.

Là, nous avons découvert le potentiel des circuits courts comme une façon de reprendre la main sur sa vie, de retrouver des moyens de maîtrise de sa destinée. En anglais, on parle d'*empowerment*. C'est sous cet angle-là, comme un moyen permettant une meilleure valorisation économique, que nous avons regardé les circuits courts. Car il ne s'agit pas de les idéaliser et de penser qu'ils représentent la solution universelle à tous les problèmes. Loin de là.

L'intérêt des circuits courts ne réside pas tant dans le chiffre d'affaires qu'ils génèrent, mais dans la stabilité de trésorerie qu'ils procurent. Ils permettent de se protéger des à-coups du marché international qui un jour paie, l'autre jour ne paie plus. Autre avantage, c'est l'agriculteur qui fixe ses prix et retrouve une manière d'exercer son autonomie perdue en filière longue, où les prix sont subis. D'ailleurs, les agriculteurs ont beaucoup de difficulté à les fixer. Ce n'est pas si simple.

En général, ils ne comptent pas tout le temps de travail fourni et fixent des prix trop bas, peu rémunérateurs. Reste que, ensuite, il est difficile pour eux de les augmenter, car ils craignent que les consommateurs les délaissent.

Les circuits courts sont donc à la fois compliqués, source d'autonomie et de reprise en main. Des indicateurs qui, jusque-là, n'étaient pas observés. On disait simplement « c'est rentable » ou ça ne l'est pas, on regardait le chiffre d'affaires... Désormais, on ne regarde plus uniquement les indicateurs économiques, mais également sociaux, comme la fierté, la reconnaissance, le lien social... Et cela joue à la fois pour les producteurs et pour les consommateurs.

On nous a pris pour des fous !

C'est-à-dire ?

Je n'ai pas encore dit que l'engouement pour les circuits courts est aussi lié aux attentes de la société. Car, par ses modes de vie et son lien aux institutions amoindri, notre société est fragilisée et en recherche de proximité, de dialogue, de lien social, de sentiment d'appartenance. Alors, les avantages sociaux peuvent être importants tant pour les producteurs que pour les consommateurs, mais il faut éviter les désillusions et les déceptions. S'impliquer en circuit court demande pour un producteur énormément de travail et une complexité à gérer. L'exemple de Pierre Moureu le montre : un magasin de producteurs monté par quatre associés, c'est essentiel.

C'est en ce sens que nous les encourageons, afin de mieux gérer les difficultés. Contrairement aux idées reçues, l'agriculteur en circuit court n'est pas plus individualiste. En fait, dans ce système naissent de nouveaux types de collectifs, entre producteurs, entre producteurs et consommateurs dans le cadre des Amap par exemple, ou entre producteurs associés à des collectivités. C'est un renouveau pour des collectifs en agriculture, une redynamisation des liens de travail entre agriculteurs, qui n'ont plus le temps de communiquer entre eux en circuits longs. La densification des relations sociales et professionnelles fait partie des nouveaux indicateurs.

C'est vrai, on entend souvent les agriculteurs parler d'un sentiment de dépossession, d'un problème de dignité par rapport à l'« illégitimité » des aides. Ils ont envie de vivre de leurs revenus. Et puis, ils évoquent souvent le regard des autres, à la fois celui des pairs, des collègues et du reste de la société. De ce point de vue là, Pierre, avez-vous noté un changement de regard. Qu'ont dit vos collègues, vos voisins ?

P. Moureu. Ils nous ont pris pour des fous, même certains apporteurs, lors de notre première visite. Effectivement, nous sortons des sentiers battus, pour tenter de nous extraire de cette torpeur dans laquelle est embourbée l'agriculture depuis longtemps. Nous avons deux solutions : soit regarder le mur, se dire qu'il n'y a rien à faire et se pendre. Soit essayer de contourner l'obstacle et faire quelque chose. C'est ce que nous faisons, modestement. Pour le moment, nous y avons réussi.

Grande distribution : le carnage de la filière agricole

Mais je voudrais compléter les propos de Yuna, qui n'a pas parlé d'un phénomène qui coûte très cher à l'agriculture, la puissance de la grande distribution. Ne nous mentons pas : en France, il n'y aucune concurrence sur les produits. Six géants se partagent le marché de 65 millions d'habitants. En Allemagne, ils sont 80 et rémunèrent mieux leurs producteurs. Alors d'où vient le problème? Aujourd'hui, ces hyper-centrales d'achat pressurisent toute la chaîne jusqu'au producteur et la variable d'ajustement, c'est l'agriculteur. Voilà la réalité franco-française. Je ne dis pas que tous les maux viennent de la grande distribution. Bien sûr, elle a d'autres avantages. N'empêche, cela a été un sacré carnage de la filière agricole.

Alors la fierté retrouvée, bien sûr ! Cela fait plaisir de pouvoir discuter du produit avec le consommateur, de la façon dont l'animal est élevé, de l'endroit où le légume est cultivé. Nous avons demandé à une stagiaire de l'Ecole de commerce de Pau d'étoffer notre site Internet, de dresser une photographie des clients et de nous livrer leur sentiment. Des premiers retours, c'est le côté humain qui est mis en avant. Le samedi, il y a une file d'attente très longue en boucherie. Mais les gens sont dans un autre état d'esprit. Ils prennent le temps de se ressourcer et de discuter avec les producteurs. Je pense que cette proximité recrée des liens très distendus pendant la semaine.

► **Deuxième paradoxe : entre idéalisation et acte d'achat**

Mission Agrobiosciences. Les consommateurs demandent de nouveaux critères de qualité, du goût, des produits de saison, de la maturité, des produits santé, de nouvelles fonctions de l'agriculture... mais effectuent leurs courses à 75% dans les hyper et supermarchés. Et la part de l'alimentation dans leur caddy atteint à peine 14%, dont seulement quelques miettes iront à l'agriculteur. N'y a-t-il pas une idéalisation de ces produits locaux, du petit paysan, une nostalgie non suivie de faits ?

Y. Chiffolleau. Alors oui, 75% des achats en moyenne se font en grandes surfaces mais, autre chiffre important, le Credoc⁶ observe que les consommateurs diversifient et mobilisent désormais en moyenne six circuits pour s'approvisionner. Très peu suppriment le supermarché, nécessaire pour des produits de base. D'autres circuits prennent vraiment des parts de marché, comme le hard discount, le drive et les commerces de proximité. Quant aux circuits courts, ils progressent mais ils partent de zéro... Comme l'a très bien dit Pierre Moureu, les consommateurs ne rentrent pas dans des cases. Ils vont au drive pour acheter les produits essentiels ; ils se font plaisir avec certains produits et ont envie de soutenir l'agriculture locale via les circuits courts ou le magasin de producteurs ; ils aiment aller au marché le samedi matin pour la convivialité et les bons produits. En fait, ils combinent.

Deuxième chiffre important, 14% du budget est consacré à l'alimentation. D'accord, mais c'est 7% en Allemagne. Cela veut dire que, malgré les contraintes, les loyers, l'essence, etc., les Français résistent. Certes, chez les jeunes la part de ce budget alimentation n'est pas élevée, mais pour eux aussi les contraintes sont fortes. N'empêche, ils sont aussi acteurs des circuits courts, et inventent des systèmes dans lesquels ils s'impliquent, comme les paniers étudiants.

Il faut donc mettre les chiffres les uns en face des autres. Cela permet de prendre du recul. Si les grandes surfaces se mettent aux circuits courts et valorisent les producteurs, c'est parce qu'elles perdent des parts de marché sur certains produits. En récupérant ce discours autour de la proximité, du soutien aux producteurs, elles tentent de récupérer les consommateurs. Nous sommes face à un changement.

⁶ Le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie. <http://www.credoc.fr/>

Alors effectivement, les consommateurs sont pleins de contradictions, schizophrènes disent certains collègues en marketing. Nous, les sociologues, sommes moins durs... Nous parlons d'hommes et de femmes pluriels, qui passent d'un « truc » à l'autre. C'est la tendance de la société. Etant donné la masse de contraintes, les consommateurs font des compromis. Il est donc normal que leurs comportements semblent incohérents. Mais, du coup, il est plus difficile pour les marketeurs de les mettre dans des cases.

Et puis, il faut croiser le budget circuit court avec le budget loisirs. Les circuits courts, ce sont aussi des services. Certaines personnes qui font de l'accueil à la ferme vont gagner davantage d'argent sur la prestation accueil que sur le pot de confiture. Des femmes d'agriculteurs proposent des cours de cuisine. Tout cela est à prendre en compte.

Enfin, tout n'est pas perdu pour les consommateurs les plus pauvres car, quand on les implique, certains consacrent une partie de leur budget au soutien de l'agriculture locale. Beaucoup mieux que les bobos, eux comprennent très bien l'enjeu par rapport à l'emploi.

Vous dites que les consommateurs vont davantage au hard discount, qui est encore moins cher que le supermarché. La question du prix est donc cruciale. Et vont-ils encore au supermarché pour des questions d'accessibilité, de praticité... ? Bref, les produits locaux sont-ils voués à rester marginaux, car mal adaptés à notre mode de vie ?

Y. Chiffolleau. Nous avons réalisé une enquête nationale sur les consommateurs et les circuits courts. Pour ceux ces consommateurs-là, le prix n'est pas la contrainte majeure. Ils affirment aussi que ce n'est pas toujours plus cher au regard de la qualité. Ils raisonnent donc davantage en terme de rapport qualité/prix.

La contrainte majeure reste l'information : où sont les produits locaux ? Quand peut-on les acheter ? Bref, la question de l'accès et du temps (en fonction du travail, de ses activités, de celles des enfants...) est très importante. Autre problème, celui de la garantie : quand ils achètent en circuit court, les consommateurs n'ont aucune garantie quant au soutien qu'ils apportent à l'environnement ou aux producteurs, selon les motivations de chacun, de la même façon qu'il n'y a pas de garantie par rapport à la qualité - ces produits ne sont pas forcément de meilleure qualité.. Pour répondre aux demandes d'information et de garanties, des expériences émergent dans les régions. Je voudrais parler ici d'un exemple que nous accompagnons en Languedoc depuis 2008 et qui est amené à essaimer sur le territoire national.

En 2008, nous avons mis en place l'expérimentation d'un marché en circuit court, dans une commune de 6 000 habitants au Nord de Montpellier. L'équipe municipale voulait relancer la vie sociale de cette cité-dortoir en implantant un marché, tout en soutenant l'agriculture locale. Mais ces élus ne voulaient ni d'un marché fourni à 100% par des producteurs locaux, par peur de manquer de produits en hiver, ni d'un marché bio, pour ne pas donner une image élitiste. En revanche, le principe des circuits courts « 0 ou 1 intermédiaire » laissait a priori plus de marge de manœuvre.

La relation directe avec le commerçant ne suffit pas

Ce marché fonctionne donc en privilégiant les circuits courts et de proximité de provenance régionale, avec des producteurs et des intermédiaires uniques avec les producteurs, mais aussi des produits issus de filières longues, bien au-delà la région. Le tout est organisé selon une charte et supervisé par un système de contrôle participatif associant des élus, des exposants et des consommateurs. Mais cela n'a pas suffi. Car, malgré cette charte, il y a eu une défiance des consommateurs quant à l'origine des produits. En fait, la relation directe avec le commerçant ne suffit pas, car de nombreux consommateurs n'osent pas poser de questions et gardent des doutes sur l'origine des produits et leur mode de production.

Du coup, l' élu en charge du marché a eu l'idée fin 2010 d'installer un code couleur indiquant l'origine des produits. Vert : le produit vient du producteur en face de vous. Orange : il s'agit d'un produit que le producteur ou l'intermédiaire présent sur le stand a acheté à un producteur de la région qu'il connaît personnellement et dont il se porte garant. Il peut vous en raconter l'histoire. C'est un peu le principe de mettre un visage derrière un produit, du teikei japonais. Violet : les produits sont issus des

filières longues. On ne peut vous donner plus d'information que la seule traçabilité obligatoire en circuits courts ou en circuits longs.

Ce qui est très intéressant, c'est que les consommateurs comprennent qu'il y a revente et revente. Du coup, ils dédramatisent, car l'achat d'un produit orange est une forme de coopération, de solidarité entre producteurs, ou entre producteurs et intermédiaires. Le client a donc tout intérêt à acheter de l'orange pour soutenir l'économie locale, les artisans de proximité, les vendeurs qui s'engagent pour soutenir l'agriculture locale. Et puis, il achète du violet quand il en a vraiment besoin.

Encore plus intéressant, ce système a été mis en place depuis trois ans, et les consommateurs se posent désormais la question de savoir si, finalement, ils ont besoin d'un produit violet. Du coup, les producteurs se diversifient pour faire passer les produits violet en vert ou structurent des réseaux avec d'autres producteurs pour les remplacer en orange.

Ce système va être déposé à l'Inpi pour en faire une marque⁷. Nous ne voulions pas, mais l'innovation a été volée. Cela veut dire que c'est plutôt une bonne idée, mais au risque d'être appliquée n'importe comment. Il faut donc la protéger, pour ne pas décevoir le consommateur.

Pierre, continuons sur le consommateur. Votre magasin compte un peu plus de 70 apporteurs. Vous êtes encore « small is beautiful », pas trop gros. Mais, imaginons que ce type de magasin se développe un peu partout sous forme d'hypermarchés. Cela aurait-t-il toujours du sens ? Et puis, ne va-t-on pas vous demander, un jour, de jouer la folklorisation avec bérêts et sabots, comme certains le font déjà ? Finalement, des écueils de ce genre ne vous attendent-ils pas au tournant au risque de limiter de votre développement ?

P. Moureu. La folklorisation... Nous avons identifié le danger et nous nous y sommes refusés. En terme de marketing, voyez notre slogan « Semer, récolter, partager ». Nous sommes sur du sens, pas sur du folklore. Des clients nous ont spontanément remerciés de ne pas être tombés dans la folklorisation. Ensuite, allons-nous devenir des hyper-marchés ? J'ai le sentiment que nous sommes sur un créneau et que la consommation ne va pas doubler du jour au lendemain. Dans les villes qui ont encore un lien avec le tissu agricole, ce type d'activité fonctionne. Mais je ne suis pas sûr que dans les grandes métropoles comme Paris, Marseille ou Lille, très éloignées de la production, du monde agricole, les circuits courts soient vraiment attendus. Ou alors, pour une toute petite partie de la population.

Mais si les supermarchés s'emparent de ce créneau... On le voit déjà avec des petites cahutes dans les rayons, tenues par de vrais ou de faux paysans. Ne faut-il pas, comme le code couleur, un repérage, un label garantissant qu'il s'agit vraiment des agriculteurs du coin ?

Il y a l'exemple d'un faux magasin, monté par un cadre venant de la grande distribution qui, ayant flairé le coup il y a trois ans, s'était associé à quelques agriculteurs. Le danger existe. A Lille aussi, un tel magasin a été monté par Auchan, par la famille Mulliez. Tout le monde s'y met, tout le monde a son point-producteurs. Les super et hypermarchés ont bien identifié que nous n'étions pas une menace, mais cela les gêne énormément de perdre un peu d'hégémonie.

Comment réagissons-nous ? Déjà, nous sommes protégés. Notre logo Ferm'envie est déposé à l'Inpi. N'importe qui ne peut pas utiliser le terme ferme, fermier comme il veut. Il est protégé. Par exemple, pour pouvoir utiliser le mot ferme, il fallait que nous vendions des œufs de poules élevées en liberté. La réglementation est bien précise. N'empêche, la profession agricole devra se battre pour faire respecter les lois, les règles, d'autant si ce marché continue à prendre un tel essor.

⁷ La marque a été déposée en avril 2014 sous le nom Ici.C.Local : Innovation pour la coopération et l'information en circuit local.

DEBAT AVEC LES ETUDIANTS

Pauline. *Depuis que vous avez monté le magasin, avez-vous changé de pratiques d'élevage ?*

P. Moureu. Non, et je n'ai aucune raison d'en changer, car nous faisons des produits de qualité. A une nuance près. Concernant la viande bovine, nous voulons proposer en magasin une viande exceptionnelle. C'est pourquoi les bêtes qui sont destinées au magasin sont en partie nourries avec des graines de lin, riches en Omégas 3. Si nous avons changé nos manières de produire, ce peut être un exemple. Mais vous voyez, rien de radical. Nous produisons toute l'alimentation de nos animaux sur l'exploitation, nous transformons toutes nos céréales. Si nous en manquons, nous en achetons aux voisins.

Cannelle. Que deviennent les animaux qui, eux, ne sont pas destinés au magasin ?

P. Moureu. Ils suivent les débouchés classiques. Ainsi, les porcs qui ne se sont pas destinés au magasin suivent les filières dites longues, qui sont quand même des productions sous Signe officiel de qualité⁸ IGP Jambon de Bayonne et IGP Porc du Sud-Ouest. Ce sont des filières de qualité.

Quand les agriculteurs deviennent des commerçants

Une étudiante. N'est-ce pas trop difficile pour les agriculteurs de se transformer en commerçants ?

P. Moureu. Oui, c'est un autre métier, que nous n'avons pas abordé à la légère et sur un mode folklorique. A 50 ans, il a fallu se remettre en question et suivre une formation commerciale de 4 mois avec Vivea. Nous avons essayé d'être le plus professionnel possible afin de mettre toutes les chances de notre côté. Finalement, j'ai appris et ce métier de commerçant ne me déplaît pas.

Justine : Vous avez parlé du risque que de grandes surfaces s'associent avec des producteurs. Mais, finalement, n'est-ce pas un progrès qu'elles s'y mettent aussi ?

P. Moureu. Je ne voudrais pas diaboliser, mais ce que cherche avant tout les grandes surfaces, ce sont des marges. Nous avons été visités par notre voisin Intermarché qui a relevé tous les noms des apporteurs. Ensuite, ils ont passé des coups de fil à certains en les menaçant de les virer s'ils restaient à Ferm'Envie. Ces personnes sont partisans du développement agricole, jusqu'à une certaine limite. Quand on va sur leur pré carré, ils montrent les dents. Nous savions que nous étions attendus au tournant. Intermarché, Carrefour... nous visitent régulièrement, pour vérifier qui apporte. Nous commençons à les connaître.

Un étudiant. N'y a-t-il pas un défi géographique des circuits courts ? Vous avez dit qu'il est plus difficile de toucher les urbains mais, paradoxalement, il n'existe pas d'énormes grandes surfaces en zones urbaines par rapport aux zones périurbaines. Bref, ne pensez-vous pas qu'il serait possible d'introduire des circuits courts dans les zones urbaines plus qu'en périurbain ?

Y. Chiffolleau. Dans les zones urbaines, il existe déjà les marchés de plein vent et de nombreuses communes recréent des marchés qu'elles valorisent, animent et dont les horaires sont adaptés pour qu'ils soient plus accessibles. On a ainsi des marchés le soir dans des grandes villes comme Strasbourg et dans les communes moyennes. Il y a donc du potentiel pour les circuits courts dans ces zones-là. Mais, c'est toujours un problème d'informations - il faut rendre visible ce qui existe déjà- et d'adaptation aux modes de vie. Reste que de nombreuses expériences sont en marche pour diversifier ces circuits.

Un étudiant. Pour les agriculteurs, ne vaut-il mieux pas travailler avec une grande surface en termes de ventes, de débouchés, d'image... plutôt qu'avec un magasin comme le vôtre ?

P. Moureu. De toute façon nous n'avons pas le choix. Nous sommes obligés de travailler avec la grande distribution. 75% des achats se font en hypermarché, c'est une réalité. On peut décrier les filières longues, mais elles ne disparaîtront pas. On parle du modèle breton tous les jours, mais s'il

⁸ Obtention de l'IGP Jambon de Bayonne en 1998, puis publication au JOCE (Journal officiel des communautés européennes) l'IGP Porc du Sud-Ouest, le 09 mai 2013.

venait à disparaître, les produits viendraient d'ailleurs, d'Allemagne⁹, d'Espagne, d'Italie ou de République tchèque, et fabriqués toujours selon les mêmes méthodes. Il ne faut pas rêver, ce modèle c'est le nerf de la guerre, sachant que nous consommerons toujours des produits élaborés. En revanche, je ne suis pas sûr qu'il faille aller chercher à construire son image dans la grande distribution.

L'étudiant. Je parlais des fermiers qui vendent leurs produits dans de petites cahutes au cœur des grandes surfaces.

P. Moureu. Je comprends. Mais ce qui me gêne, c'est la récupération de l'image. Depuis 40 ans, l'agriculture subit la loi de la grande distribution et, aujourd'hui, alors que les producteurs qui montent des magasins, recréent des marchés et du lien, ouvrent une alternative, la grande distribution s'offre une certaine virginité pour référencer leurs produits. Pour une question d'image, plus que de chiffre d'affaires. On voit clairement que ces produits sont installés dans les grandes surfaces pour n'être vendus que d'une manière limitée. Là, nous sommes vraiment dans le folklore ! Car ce sont bien les produits de la grande distribution qui doivent passer avant.

Y. Chiffolleau. C'est exact, ce marché au sein des grandes surfaces est complètement marginal, mais il ne faut pas non plus diaboliser la grande distribution. Les producteurs qui sont associés aux Alliances Locales de Leclerc¹⁰ en sont plutôt satisfaits. Mais ils ne sont qu'une trentaine en moyenne par magasin où ils n'écoulent qu'une toute petite partie de leur production. C'est marginal. Ils représentent 50 à 100 produits sur les 25 000 à 100 000 références du magasin. Et puis, Leclerc prétend travailler pour un commerce équitable local. A la lecture du contrat, on voit la différence. Les producteurs fixent leurs prix, mais Leclerc est libre de les dé-référencer s'ils dépassent un certain seuil. Enfin, il n'y a pas d'engagement dans la durée, à l'inverse des principes du commerce équitable.

Alice : Vous dites que la grande distribution n'est pas favorable aux producteurs. Ensuite, la médiatisation est forte par rapport aux circuits courts. Vont-ils réussir à se généraliser ? Nous, nous y sommes sensibilisés car nous sommes en école d'agronomie, mais la plupart des personnes ne sont pas informées. Y-a-t-il des initiatives en terme d'éducation ?

P. Moureu. Je pense qu'avec le temps, les circuits courts vont se pérenniser. Mais à quel niveau, je ne sais pas. Il existe aujourd'hui 200 magasins comme le nôtre. Trois ont ouvert en même temps que le nôtre en décembre 2012, à Pau, Nice et en Bretagne. Il y a une place à prendre, mais ce serait se méprendre que d'imaginer que la consommation alimentaire française de demain ne se fera que par ces magasins-là. Nous devons garder la tête froide, ne pas tenter de ressembler à la grande distribution. Nous n'avons pas la force de frappe qu'elle a construite en 40 ans et n'en avons pas l'intention.

Si le consommateur n'est pas trompé sur la qualité et le prix, il y a une place durable pour ce type de commerce.

F. Scarsi. C'est exact, il y a une tendance de fond et pas seulement en France. Même la Commission européenne s'intéresse à la manière de favoriser la commercialisation de produits locaux. Mais, je rejoins Pierre, tous nos produits ne seront pas commercialisés en circuits courts demain. Et ce n'est pas un objectif.

Revenons aux zones urbaines. Il existe un vrai mouvement dans les grosses villes françaises, notamment en Ile-de-France, pour tenter de développer des circuits courts et la consommation de produits locaux. Cela permet, on l'a vu, au consommateur de se réapproprier son alimentation, de savoir que fruits et légumes sont issus de plantes et d'arbres qui poussent, que la viande vient d'une bête entière. Le citoyen a un peu oublié tout cela.

Si les villes s'intéressent de près au développement de produits locaux, elles n'ont pas intérêt, en revanche, à miser sur le 100% local. Pourquoi ? Pour une question de solidarité avec les campagnes et avec les pays en voie de développement, d'une part, et pour une question de sécurité alimentaire, d'autre part. Depuis le 16^{ème} siècle, Paris importe énormément de denrées via Rungis. Elle doit à tout prix veiller à la diversification des circuits de commercialisation. Ainsi quand un marché va mal, on peut se reporter sur l'autre. Personne n'a intérêt à ce qu'un nouveau marché ait toute l'hégémonie. Par contre, que celle de la grande distribution diminue un peu, tout le monde a y gagné.

⁹ Lire l'interview de J-P. Simier, directeur des filières alimentaires à l'Agence de Bretagne : « L'accord allemand Merket/SPD, une opportunité pour la Bretagne ? » http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=3736

¹⁰ <https://www.mouvement-leclerc.com/home/alliances-locales>

Nous ne recevons pas un semi-remorque de pommes

Thibaud. On sait qu'il y a beaucoup de gaspillage en aval de la filière. Vous avez sans doute aussi de nombreux déchets et invendus. Comment les valorisez-vous : par des dons aux associations caritatives, pour aider les pauvres, ceux qui n'ont pas assez d'argent pour ce genre de produits ? Ou bien autrement ?

P. Moureu : Nous avons peu de déchets. Pourquoi ? Tout simplement parce que nous ne recevons pas un semi-remorque de pommes. Par définition, les producteurs locaux ne sont pas basés très loin. Ils nous livrent donc, tous les jours ou tous les deux jours, des produits frais : 10 cageots de pommes, 3 de tomates... Pendant ce temps, la grande distribution, elle, reçoit à 3h du matin un semi-remorque de pommes ou autre. Pas étonnant qu'elle ait tant de déchets. Nos déchets, très marginaux, sont valorisés, en accord avec les producteurs, par des chasseurs. Deux fois par semaine, ils récupèrent les légumes, os et viande et les broient pour alimenter leurs chiens. Enfin, certains producteurs reprennent leurs invendus.

Manon. Etudiante en sociologie de l'alimentation, Isthia. D'un point de vue législatif, existe-t-il ou va-t-on vers un label pour les produits locaux ? Si oui, quel est l'intérêt ? Est-ce une vraie valorisation ?

F. Scarsi : Plusieurs éléments de réponse Premier point, lors des travaux autour des circuits courts, pilotés en 2009 par le Ministère de l'agriculture, des réflexions ont été menées avec les acteurs quant à la mise en place d'une charte des circuits courts, permettant de cadrer ce qu'est un produit local. Ce groupe de travail a conclu que tant que l'on ne constate pas de vraies dérives de l'utilisation du « produit local », les acteurs n'ont plutôt pas intérêt d'apposer un label qui exigerait de répondre à des critères et impliquerait des contrôles. Du coup, les produits locaux pourraient retomber sur le même type de système de qualité que les AOP ou les IGP. Ce serait davantage un frein qu'un atout à leur développement. Autre point : la Commission européenne travaille sur un rapport indiquant si un logo pourrait aider les agriculteurs à commercialiser leurs produits en vente directe.

Y. Chiffolleau. J'étais dans le groupe de travail sur la charte, un groupe réduit qui comptait une dizaine de structures, en particulier les syndicats agricoles. Les dérives étaient déjà dénoncées, notamment cette fameuse Ferme du Sart, implantée par Auchan dans le Nord. Depuis, grâce au combat de la Confédération paysanne, elle a perdu le nom de ferme et s'appelle O'tera d'Avelin.

S'il y avait consensus sur les dérives, le problème pour définir cette charte a résidé dans les discussions très vives sur la notion de qualité. Faut-il l'introduire dans la définition des circuits courts ? Certains y étaient opposés argumentant qu'il s'agit d'un simple mode de distribution, avec un intermédiaire au plus. D'autres, en revanche, affirmaient que les consommateurs attendent de ces circuits une qualité différente de celle trouvée en supermarché. D'où l'intérêt de le mettre en avant dans la charte, ce qui veut dire des contrôles... Le débat sur la charte a principalement avorté à cause de ce dissensus sur la qualité. Certains disaient aussi qu'il fallait attendre que le décret « Produit fermier » soit appliqué en France. Bref, d'abord définir ce qu'est un produit fermier avant d'avancer sur les circuits courts. Mais ce travail sur la charte n'est pas terminé.

Au plan européen, un rapport, auquel j'ai participé, a été rendu. Il s'agit d'une expertise réalisée par un labo anglais qui va plutôt dans un sens favorable à un label européen. De toute façon la Commission européenne, par la voix de son commissaire à l'agriculture Dacian Ciolos, avait décidé de mettre en place une mention valorisante européenne « Produit de ma ferme » qui pourrait s'appliquer sur quatre types de circuit court : la vente sur les marchés, la vente à l'exploitation, la vente dans les Amap et les boutiques de producteurs, et la vente en supermarché qui, au plan communautaire, sont reconnus comme intermédiaires possibles. Reste à régler le problème d'harmonisation au plan européen. Pas si simple.

Ce qui nous soucie beaucoup, et l'Europe ne bouge pas beaucoup sur ce sujet, c'est que la réflexion sur les circuits courts ne reconnaît pas le rôle des artisans de proximité. Ils ne sont pas considérés étant des acteurs des circuits courts qui bénéficieront de cette mention valorisante. Pourquoi ? Les bouchers, par exemple, n'ont pas le droit d'indiquer l'origine des produits si ceux-ci ne sont pas sous label ou cahier des charges, puisqu'ils ne peuvent pas garantir l'origine bifteck par bifteck. Le problème ? Si les artisans sont exclus de cette mention valorisante, on risque d'aller vers des situations compliquées, car ces professionnels sont déjà énervés par le développement de la vente directe par des producteurs. En France, d'ailleurs, de fortes tensions sont en train de naître autour de cette problématique. Il y a des liens à reconstruire entre producteurs et commerces et artisans de proximité qui ne travaillent plus ensemble depuis des années.

III - Enjeux et perspectives... pour répondre aux crises

► Crise économique et fracture alimentaire

Mission Agrobiosciences. On a peu parlé de culture alimentaire... Comment faire quand on vend des blettes, du céleri et autre potimarron à des personnes démunies face à ces produits, à la manière de les cuisiner ? Comment peut-on intégrer dans ces circuits courts l'accès à des cultures alimentaires ?

P. Moureu. C'est vrai, le fenouil, le topinambour... ce n'est pas évident. Nous avons répondu à cette problématique en proposant des fiches-recettes dans le magasin. A notre plus grande surprise, elles ont un succès fou ! S'y ajoute un dialogue avec les producteurs et la façon de cuire ou cuisiner. Et puis, nous étoffons notre site Internet que nous étoffons, notamment avec des recettes. Des magasins de notre taille peuvent prendre le temps, nouer ce lien pour faire redécouvrir et expliquer, contrairement aux magasins classiques qui ne peuvent pas faire ce genre de travail.

C'est bien de faire de l'éducation alimentaire dans les magasins, mais quid de la force de frappe de la restauration collective ? Certaines cantines ou maisons de retraite aimeraient bien s'alimenter via les circuits courts - cela existe et s'amplifie-, mais elles se heurtent souvent au cahier des charges qui ne doit pas favoriser certains producteurs. Pas si simple donc. Y-a-t-il des pistes qui sont réfléchies ?

F. Scarsi. Oui, des pistes sont réfléchies depuis longtemps. Nous avons parlé de Rhône-Alpes, qui a mis en place un bon nombre de magasins de producteurs. Mais, cette Région a également beaucoup travaillé sur l'introduction de produits de proximité et de qualité en restauration collective. Ils ont édité un guide très complet qui, s'appuyant sur des exemples concrets, explique comment dans le cadre des marchés publics on peut acheter local pour les cantines.

Par exemple, de nombreuses plate-formes de producteurs se sont développées auxquelles les agriculteurs livrent leurs produits. Ce système permet de répondre aux besoins des collectivités territoriales, des administrations et des entreprises privées en termes de volumes, de régularité et de diversité des approvisionnements.

Pour répondre aux exigences sanitaires, de vraies questions se posent notamment à propos des légumes. Sachant qu'il est assez difficile, par exemple, de peler des légumes ou d'écosser des haricots verts en restauration collective, des ateliers de préparation s'installent et jouent un rôle d'intermédiaire entre le producteur et l'atelier de restauration collective, pour fournir à cette dernière les produits préparés. D'ailleurs, le ministère de l'Agriculture diffuse les initiatives qui fleurissent un peu partout en France, pour un meilleur partage d'expériences.

Après les années d'éducation nutritionnelle, de discours sur l'aliment-santé, est venue l'éthique et, aujourd'hui, l'écologique... Nous devons être consomm'acteur. Or, nous avons l'impression que la plupart des mangeurs se bagarrent surtout avec la crise économique. C'est un peu perturbant. Comment peut- favoriser les circuits courts sans rajouter une contrainte de plus ? Y-a-t-il encore une marge de manœuvre ?

Y. Chiffolleau. Nous n'en avons pas encore parlé, mais l'idée c'est, au-delà des recommandations nutritionnelles, les fameux 5 fruits et légumes par jour, pas trop de gras, de sucre, etc., de retrouver du plaisir à manger. Des tas d'actions, y compris auprès des enfants, voient le jour dans le cadre du Programme national pour l'alimentation (PNA) coordonné en région par les Draaf¹¹. L'enjeu : apprendre à bien manger, équilibré, connaître les produits de saison, revenir à des bases simples et aller au-delà de ces discours hygiénistes, de lutte contre l'obésité qui culpabilisent ou angoissent les gens. Les circuits courts sont aussi un vecteur pédagogique, ludique et hédonique. Pour retrouver du plaisir à manger.

¹¹ Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt, service déconcentré du Ministère de l'Agriculture, de l'agroalimentaire et de la Forêt.

A la suite de la crise des lasagnes à la viande de cheval - qui fut une fraude, pas une crise sanitaire-, s'est développé le discours d'acheter des produits de proximité pour retrouver de la confiance. Certains pensent que deux crises comme celle-là, et c'en est terminé de la grande distribution. Pas sûr... Mais à l'inverse, imaginons qu'une crise sanitaire, à base de produits locaux, se déroule dans une maison de retraite ou une école. Seriez-vous en mesure d'absorber cette onde de choc, comme le fait la grande distribution ? l'un des piliers fondateurs de ces échanges... ?

P. Moureu. Oui certainement. Nous serons forcément confrontés à un problème d'intoxication alimentaire un jour ou l'autre. Car quand il y a produit frais, il peut y avoir salmonelle. Nous nous y attendons. Mais, la proximité permet aussi de donner des explications.

Reste que je ne suis pas sûr qu'une telle crise aurait le même impact médiatique, car les crises sanitaires de la grande distribution sont hyper-médiatisées, car elles touchent l'ensemble de la population. Alors que nous, nous restons à une échelle bien plus restreinte.

Vous faisiez allusion aux lasagnes. Nous avons eu la première journée deux questions au plus sur cette crise. Le consommateur qui vient dans notre magasin est conscient qu'il peut y avoir une rupture de la chaîne de froid. Je pense que si on l'explique, tout le monde peut le comprendre.

► Crise d'un modèle agricole et environnemental : le cas particulier de l'élevage

Notre modèle agro-industriel serait en bout de course... Prenons l'exemple de l'élevage, un secteur qui souffre particulièrement. Réglementation et normes sanitaires européennes, articulation avec les circuits longs... Si l'on voulait soutenir le modèle des circuits courts sur cette question de l'élevage en particulier, quel scénario et quel type de gouvernance faudrait-il penser ? On sait par exemple que les abattoirs très éloignés sont un frein.

Y. Chiffolleau. Nous avons beaucoup travaillé sur cette question dans le cadre du réseau rural français, un dispositif qui a été mis en place dans tous les pays européens pour fédérer les acteurs qui s'intéressent au développement rural. Les circuits courts étaient un thème prioritaire de ce réseau. J'ai animé ce groupe pendant deux ans et nous nous sommes intéressés à la problématique des abattoirs car, effectivement, les abattoirs de proximité sont menacés. Certains disent que c'est dû au fait qu'ils n'arrivent pas à se mettre aux normes. Je dirai que c'est aussi à cause des lobbies qui font pression pour qu'ils ferment, à l'instar de Bigard, gros abatteur qui a un quasi-monopole sur les viandes.

La réglementation sur le grill

Et puis il y a un problème au niveau de la réglementation qui impose les mêmes règles aux abattoirs industriels et à ceux de proximité, alors qu'ils n'ont ni la même activité, ni les mêmes risques. Dans d'autres pays d'Europe, comme en Allemagne ou en Autriche, il existe deux réglementations différentes, l'une pour les abattoirs agro-industriels, l'autre pour les abattoirs de proximité. Bien entendu, il ne s'agit de déroger aux règles sanitaires, mais de les adapter à l'activité. En France c'est la seule réglementation des abattoirs agro-industriels qui s'applique à tous. Il est donc très difficile pour ceux de proximité de s'adapter à ces règles qui sont incohérentes avec leur activité. Finalement, ils ferment et disparaissent. Avec cette conséquence : certains éleveurs doivent faire 200 km pour faire abattre leurs animaux, et la même distance pour aller chercher les carcasses. Du coup, l'activité n'est plus du tout rentable, voire contre-productive s'ils veulent ensuite vendre en circuit court.

Depuis Michel Barnier, nous avons alerté tous les ministres afin de faire évoluer la réglementation des abattoirs. C'est également une lutte collective de l'appareil agricole dans toute sa diversité.

En réponse, des alliances se créent dans les territoires entre des éleveurs et des bouchers pour maintenir un abattoir, avoir les moyens d'en recréer un, ce qui coûte souvent moins cher que de remettre aux normes un abattoir ancien. Les collectivités s'engagent aussi, sous la forme de SCIC (Société coopérative d'intérêt collectif) par exemple. Grâce à cette gouvernance multi-acteurs, elles prennent des parts dans les abattoirs, qui sont des outils essentiels pour le développement de leur territoire.

P. Moureu. : Je suis l'exemple parfait de ce que vient de décrire Yuna. Mes porcs sont abattus à 25 km de chez moi et mes vaches à 100 km. Vous savez peut-être que, depuis la vache folle, un bovin de plus de deux ans doit être dévertébré (ablation du canal vertébral) dans une pièce dédiée à cet usage au

sein de l'abattoir. Celui dans lequel sont abattus mes porcs n'a pas les moyens de créer cette pièce pour traiter les bovins. Il m'a donc fallu trouver une structure. Les abattoirs les plus proches, à 50 km, étant saturés, j'ai donc atterri à Saint-Gaudens. Mes bêtes sont donc abattues en Haute-Garonne.

Un mot sur la crise de l'élevage : elle est multi-factorielle. Depuis 2007, avec la flambée des matières premières, des céréales, et l'impossibilité pour le monde agricole de répercuter cette hausse sur le prix de la viande, les coûts de production ont bondi, ce qui a provoqué d'énormes dégâts.

Autre facteur, la distorsion de concurrence énorme notamment avec l'Allemagne ou l'Espagne, malgré le marché unique européen. Aujourd'hui, un salarié qui travaille dans un abattoir est payé environ 10 euros de l'heure en France, 5 euros en Allemagne¹². Je ne dis pas que c'est le modèle qu'il faut adopter en France. Mais forcément des gains de productivité énormes sont réalisés par ces outils-là, alors que des abattoirs français connaissent d'importantes difficultés financières. Prenez le plan de licenciement chez Gad, et il va y en avoir d'autres.

Aujourd'hui, la conjugaison entre la difficulté des éleveurs qui font faillite, ceux qui remettent leurs élevages aux normes bien-être animal et la difficulté de répercuter les coûts réels de production fait que des élevages disparaissent. En Bretagne, les abattoirs travaillaient 5 jours par semaine. Aujourd'hui, seulement 3 ç4 jours. Les salariés sont donc payer à ne rien faire, ce qui ne peut pas durer bien longtemps. Désormais, des outils ferment et l'on touche du doigt le lien important entre l'agriculture et l'économie. De très nombreux emplois dépendent de l'agriculture. Quand elle perd des exploitations agricoles alors, forcément, des emplois induits par l'agriculture disparaissent en aval.

F. Scarsi. Pour continuer sur la crise, l'alimentation est un sujet qui monte dans les projets de développement durable des collectivités territoriales. Du coup, certaines d'entre elles s'intéressent aux circuits courts, à la façon dont elles pourraient les valoriser, s'en servir pour maintenir certaines terres en agriculture et des emplois sur place, pour faire évoluer le comportement des consommateurs, pour réduire la fracture sociale en matière d'alimentation. Deux exemples.

Le premier : je travaille, au niveau national, aux côtés des personnes chargées d'élaborer les agendas 21, qui sont des projets de développement durable, pour les collectivités territoriales, dont plusieurs ont un volet alimentaire dans leur Agenda 21. Bel exemple, la commune de Mouans-Sartoux, dans les Alpes-Maritimes, a installé un agriculteur en maraîchage et a créé une régie municipale dans le cadre de son Agenda 21. Objectif de cette commune : que, à terme, la régie municipale puisse approvisionner 100 % de la cantine scolaire en produits Bio.

Deuxième exemple, la région Nord-Pas-de-Calais a travaillé en 2013 avec les acteurs sur la question « Que devrions-nous manger demain en Nord-Pas-de-Calais ? En 2014, elle lancera un débat public sur la gouvernance alimentaire urbaine, à l'issue duquel la Région se dotera d'une politique alimentaire. Cet exemple est très intéressant, car cette Région est particulièrement touchée par la crise sociale et économique, et par des inégalités dans la consommation alimentaire.

Dernier exemple. Lors de la deuxième conférence environnementale, les 20 et 21 septembre derniers, un des sujets des tables rondes concernait l'économie circulaire¹³. Il s'agit de penser, dès la conception, la deuxième vie d'un produit, sa réutilisation soit comme objet, soit comme matière première. Suite à cette table ronde, des actions fortes ont été engagées. Il faut savoir que l'économie circulaire est également un moyen pour ancrer les emplois localement, pour garder de la valeur sur les territoires. Ce chantier prioritaire issu de la Conférence environnementale peut aider à développer la proximité dans le sens d'une réponse à la crise économique et sociale.

¹² Depuis cette table ronde, Angela Merkel a été réélue mais s'est vue dans l'obligation de faire alliance avec le SPD. Un accord a été signé avec les socio-démocrates, mercredi 27 novembre 2013. Les conservateurs acceptent enfin la création d'un salaire minimum en Allemagne (8,50 euros de l'heure), à partir de 2015.

¹³ Lire « L'économie circulaire, une idée qui passe en boucle ? » (revue de presse Mission Agrobiosciences, 15 novembre 2013) http://www.agrobiosciences.org/article.php?id_article=3725

En conclusion pour les élèves-ingénieurs... Tout cela remue les modèles, donc appelle de nouveaux savoirs, de nouveaux métiers, de nouvelles recherches et formations...

P. Moureu. Simplement, les circuits courts sont une solution mais pas LA solution.

F. Scarsi. Un point très important du point de vue du ministère de l'Ecologie. On l'a vu, dans les circuits courts, il y a du bon et du moins bon. Je partage tout à fait la conclusion de Pierre, c'est une solution parmi d'autres. Reste que nous avons un vrai besoin d'indicateurs par rapport à des enjeux précis. Il ne faut pas mettre en place des circuits courts parce que c'est à la mode, mais le faire parce que l'on poursuit certains objectifs au regard d'un projet global. Les projets peuvent être portés par n'importe quel acteur, des agriculteurs ou des associations, aussi bien soutenus par l'Etat ou les collectivités territoriales. Et cela fait du travail pour les ingénieurs parce que cela demande de mettre en perspective plusieurs enjeux et de la méthode en face.

Devenez ingénieurs de la démocratie alimentaire !

Y. Chiffolleau. Trente de mes étudiants ont été engagés, au cours des quatre dernières années, sur la thématique des circuits courts dans des associations de développement, des chambres d'agriculture ou des collectivités... Ce n'est pas rien par rapport aux perspectives d'emploi. Et ce sont de nouveaux emplois de la médiation et la facilitation. Il ne s'agit plus de prescrire, mais de construire des projets multi-acteurs territoriaux. Selon deux voies possibles : soit on réinvente localement les circuits longs. De nombreuses filières de proximité ne font que cela et ne change rien quant au lien producteur-consommateur, ni à la rémunération des producteurs. Soit on invente une démocratie alimentaire. Il s'agit alors de faciliter une alimentation de qualité pour tous, de redonner à tous les citoyens la capacité d'être des acteurs de la politique agri-alimentaire. Je vous invite donc à devenir ingénieur de la démocratie alimentaire. Allons plus loin que les circuits courts, et repensons cette recombinaison des rôles et des nouveaux enjeux citoyens qu'ils soulèvent.

DEBAT AVEC LES ETUDIANTS

Pour transformer, jouer collectif

Un étudiant. L'un des principaux freins au développement des circuits courts n'est-ce pas le potentiel de transformation sur place des agriculteurs ? Car un certain nombre d'entre eux sont obligés de passer par des revendeurs et des structures qui transforment, ce qui les bloque au niveau des circuits courts.

P. Moureu. Oui, c'est un véritable problème, majeur même quand on fait du lait ou de la viande. Il faut des outils aux normes, un savoir-faire... Nous avons résolu ce problème parce que, professionnellement en amont, nous avons réfléchi au développement des circuits courts. Nous avons construit une plate-forme de transformation, qui ne fait pas que cela. Elle a également beaucoup travaillé sur le jambon de Bayonne, sur l'IGP porc du Sud-Ouest... Nous nous servons de ces outils et de ce savoir-faire pour transformer, avec traçabilité et méthodologie. De ce côté-là, nous sommes très avantagés.

Les magasins, que nous avons visités et qui ont un peu de recul, sont en train de réfléchir à une mise en commun des outils de transformation afin de mutualiser les moyens et les effectifs pour être compétitifs. Parce que, il ne faut pas rêver : nous devons être compétitifs, y compris dans les circuits courts. Nous devons donc travailler le produit et optimiser pour ne pas déraiser sur les prix.

J'ai aussi en tête l'exemple de deux jeunes producteurs laitiers qui réfléchissent à la transformation, mais butent sur l'outil. Aujourd'hui, le Lycée agricole de Pau-Montardon (64) possède une plate-forme qui peut accueillir du public, mais son matériel reste modeste et limité.

Y. Chiffolleau. Justement, les collectivités peuvent investir sur des outils de transformation collectifs, et y prendre des parts. En Aquitaine, pas mal de choses vont en ce sens, ce qui permet de relancer des races locales tout en répondant aux enjeux de biodiversité, de réduction des coûts, de mutualisation...

Un étudiant. Par rapport à la crise écologique et au besoin d'indicateurs. Yuna, vous avez parlé des codes couleur : vert pour la proximité, etc. Vous dites que l'on a besoin d'indicateurs de proximité. Mais n'est-ce pas un peu trompeur, dans la mesure où proximité n'égalise pas forcément écologique ou durable. Florence dit qu'il n'y a pas vraiment de rapport entre le bilan carbone et le transport la proximité.

Y. Chiffolleau. Non, car en fait le système d'étiquetage est d'abord basé sur une charte qui précise que les produits doivent s'inscrire dans le projet d'une agriculture durable pour respecter la saison, privilégier des pratiques respectueuses de l'environnement... Donc on n'impose pas le bio et, pour chaque cas, un comité multiacteurs composé de représentants des consommateurs, des producteurs et de la collectivité, visite les fermes pour attester que le produit rentre dans le projet d'une agriculture durable.

Les étiquettes, c'est la partie visible indiquant l'origine géographique et sociale des produits. Mais, à l'arrière plan, ces produits respectent la charte qui atteste qu'ils sont dans une perspective d'agriculture durable, au moins ceux en vert et en orange, qui relèvent du principe du circuit court. Au-delà du bilan carbone, il est nécessaire d'élargir les indicateurs environnementaux, notamment pour prendre en compte la biodiversité, etc. Revenons sur le fameux agneau de Nouvelle-Zélande, qui a beaucoup énervé une collègue de l'Inra. Cet agneau vient de Nouvelle-Zélande en bateau chinois. Ne parlons même pas des conditions de travail ! Il vient congelé et on ne compte pas l'énergie dépensée par les congélateurs du bateau. Une fois qu'on fait le bilan complet, il n'est pas très bon ni socialement, ni environnementalement.

F. Scarsi. Le cas que décrit Yuna est parfait, car derrière le système de couleurs, il y a d'autres critères. Le message que l'on essaie de faire passer au ministère de l'Ecologie et du Développement Durable, c'est qu'il ne faut pas se tromper d'objectif. La proximité n'est pas la première solution pour résoudre la crise écologique. Non. La première solution est de travailler sur les modes de production. C'est pour quoi nous disons que les circuits courts c'est très bien, mais soyons clairs sur ce que l'on recherche quand on les promeut.

Un étudiant. Je n'ai bien compris pourquoi vous dites que ce n'est pas la solution. Vous laissez entendre que les circuits courts peuvent être optionnels. J'ai plutôt le sentiment que c'est une nécessité, dès que l'on comprend la nature de la grande distribution dont le système et les modes

d'approvisionnement déstructurent un peu l'organisation des territoires. Cette analyse de la grande distribution est-elle réalisée en parallèle par des chercheurs ?

Y. Chiffolleau. On essaie mais il est très difficile d'avoir accès aux données, d'en produire, et qu'elles soient objectives. Jean-Louis Rastoin¹⁴, un de mes collègues, est très intéressant car il a longtemps travaillé sur le système agro-industriel. Il était prof d'économie et de gestion à Supagro et n'enseignait que les vertus du modèle agro-industriel. A la fin de sa carrière, il s'est beaucoup questionné et a écrit un très bon bouquin sur les systèmes alimentaires. Il y montre, indicateur par indicateur, les méfaits du système agro-industriel et les bienfaits du système de proximité. Une mine pour réfléchir et agir.

Mission Agrobiosciences. Si on se met tous aux circuits courts, n'y a-t-il pas des inégalités territoriales ? Car dans le Sud Ouest c'est parfait, mais dans d'autres régions, ne serait-ce qu'en France, ce l'est moins... sans parler des arrière-pays du Maghreb on va crever la dalle.

Etudiant : à mon avis l'autonomie et les circuits courts ça ne s'oppose pas.

A propos des politiques publiques

Nina. On a beaucoup parlé d'initiatives privées, d'encouragement des collectivités locales par rapport aux circuits courts. Mais, en terme de politique publique, existe-il des dispositifs nationaux ou régionaux pour encourager le développement de ces circuits ?

Yuna Chiffolleau. Concernant les politiques agricoles, le plan Barnier consistait surtout en des incitations. Néanmoins, il y a plusieurs leviers, notamment des aides régionales, comme en Midi-Pyrénées, pour soutenir les circuits courts. D'autres aides existent du côté des Draaf également, dans le cadre du PNA. Il s'agit le plus souvent de moyens mis à la disposition de démarches collectives.

En revanche, on ne trouve pas grand chose dans la PAC. Dacian Ciolos le regrette, car il était très intéressé mais il n'a pas su convaincre les autres. Au plan européen, par contre, il faut regarder du côté du Feader¹⁵. Dans la programmation 2014-2020, un sous-programme thématique circuit court va être régionalisé doté de moyens importants avec la possibilité de cofinancements régionaux.

Autre nouveauté, le mouvement de l'économie sociale et solidaire. Ainsi, le ministre Benoît Hamon porte un projet de loi qui facilitera le montage de Scic, de Scoop... autour des circuits courts. Enfin, par rapport à la qualité de l'eau, des financements sont possibles, pour des projets de circuits courts permettant d'améliorer l'eau.

Tout cela pour vous expliquer que les financements ne viennent pas simplement de classiques politiques agricoles. Ce sont toutes les autres politiques de développement qu'il faut regarder et qui permettent de mobiliser une kyrielle de petits moyens. Certains diront que ce sont de miettes pour occuper les agriculteurs. Pour d'autres, sachant qu'il n'y a plus grand chose à se partager, c'est quand même important.

F. Scarsi. Il est important de noter qu'avec le changement de majorité, l'objectif de développer local est resté dans les priorités gouvernementales. Du coup, la loi d'avenir¹⁶ pour l'agriculture et la forêt, en cours de discussion, prévoit des petites mesures visant à appuyer le soutien de l'Etat au développement des circuits courts et à la commercialisation des produits locaux. Notamment pour aider davantage les jeunes agriculteurs hors cadre familial à s'installer.

P. Moureu. Nous, nous n'avons pas eu droit au Feader. Nous avons déposé un dossier qui a été refusé. Même l'Europe a du mal à aider ce type de démarche. Après le Feader passe au niveau des DDTM.

Matthieu, élève ingénieur 3^{ème} année Ensat. Tous les problèmes que nous avons évoqués -politique agricole, choix des consommateurs...- ne résultent-ils pas au niveau des politiques européenne et française, voire même les syndicats, d'une mauvaise prise en compte des enjeux et des évolutions possibles que pouvaient avoir les marchés ?

¹⁴ *Le système alimentaire mondial. Concepts et méthodes, analyses et dynamiques* (avec G. Ghersi, Editions Quae) http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=2944

¹⁵ Le Fonds européen agricole pour le développement rural

¹⁶ http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=3742

Pierre Moureu. A la sortie de la Guerre, on a mis en place une politique agricole pour pouvoir nourrir tous les Européens. Reste que cette politique a une certaine inertie. Elle ne changera pas du tout au tout en quelques mois, ni même en quelques années.

Je pense qu'il y aura des aménagements, c'est l'agriculteur qui vous parle. Une partie des consommateurs diversifiera sa façon de consommer et d'utiliser leur budget alimentaire, mais l'agriculture restera avant tout un outil économique. Pour nourrir aujourd'hui 500 millions d'Européens - et à l'horizon 2050 9 milliards d'humains sur la planète-, il faudra produire autrement de la nourriture de qualité et en abondance. Votre travail d'ingénieur de demain consistera notamment à aider le monde agricole à s'adapter. Le monde professionnel attend aussi cela de vous.

Lucie, élève ingénieur 3^{ème} année Ensat. Dans la future Pac 2014-2020, des aides sont-elles prévues pour favoriser la vente directe et les circuits courts ?

Pierre Moureu. Il y a un verdissement de la Pac, mais les circuits courts sont très peu abordés. Cette politique agricole reste productiviste. Les politiques en place permettent, avant tout, d'approvisionner ce marché de 500 millions de consommateurs. Je pense qu'il y aura des évolutions à partir du moment où la PAC sera régionalisée pour partie. Les régions auront alors toute latitude pour opérer des transferts et aide ce type de démarche.

Les artisans court-circuités

Bruno Legagneux, enseignant Ensat. On a évoqué les freins qui peuvent se poser en terme de transformation des produits. Il a été fait allusion aussi à la question des artisans. De leur côté, mènent-ils également des débats, une réflexion sur la manière de s'approvisionner plus localement, de travailler avec des acteurs locaux pour pouvoir participer à cette évolution des circuits courts ? Alors que j'ai l'impression que la démarche les court-circuite d'une certaine façon...

Y. Chiffolleau. Je suis tout à fait d'accord avec vous. On les a trop longtemps court-circuités. Ils sont très en colère contre les producteurs qui vendent en direct, notamment les éleveurs et envoient régulièrement un courrier au ministre pour dénoncer cette concurrence déloyale. Pourquoi ? Parce qu'ils ne bénéficient pas de la même fiscalité, parce qu'ils disent que les producteurs sont subventionnés quand ils montent des labos, alors qu'eux ne le sont pas.

Il y a donc des tensions très fortes. Néanmoins, des partenariats se créent. Nous essayons d'ailleurs de valoriser les partenariats entre producteurs et bouchers, et plus largement entre producteurs et artisans, dans tous les territoires. Nous animons beaucoup de débats autour de cette question car, en fait, ils ne se connaissent pas beaucoup, développent peu de liens. Nous leur disons que leur « défi commun », c'est plutôt de reprendre la main sur la grande distribution.

Pour aller plus loin

→ Lire sur le site de la Mission Agrobiosciences

« L'agriculture urbaine à Détroit : de la rouille à la terre »
http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=3644
Revue de presse, juillet 2013

« L'agriculture urbaine, entre terrains d'entente et champs de tension »
http://www.agrobiosciences.org/IMG/pdf/Cahier_Agriculture_urbaine.pdf
Cahier des Tables rondes de l'Ensat, décembre 2012 (PDF, 23 pages)

« AMAP, histoire et expériences. »
http://www.agrobiosciences.org/IMG/pdf/recto_PDF-Weidknnet.pdf
Un entretien avec Annie Weidknnet, responsable du réseau des AMAP de la région
Midi-Pyrénées (novembre 2011)

Alimentation et précarité. Qui va faire ceinture ?
http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=2771
Une interview de Caroline Rio, diététicienne, Cerin (Centre de recherche et d'information
nutritionnelles) décembre 2009

Derrière la crise de l'agroalimentaire breton, une filière viande sur la corde raide
http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=3718
Revue de presse, novembre 2013

« Quelle stratégie pour les produits de terroir dans un contexte de globalisation des
marchés ? »
<http://www.agrobiosciences.org/IMG/pdf/05048-MPunivMaaTER.pdf>
Un Cahier issu d'une conférence-débat de Jean-Louis Rastoin (PDF, 15 pages), mai 2004.

« La souveraineté alimentaire, sous le régime de nouveaux scénarios »
http://www.agrobiosciences.org/IMG/pdf/Cahier_souverainete_alimentaire.pdf
Cahier des Tables rondes de l'Ensat, décembre 2012. (PDF, 28 pages) novembre 2011

→ Regardez les trois vidéos issues de cette table ronde sur Agrobiosciences TV

<http://vimeo.com/78244923>

<http://vimeo.com/78346688>

<http://vimeo.com/78282270>

Mission Agrobiosciences

Implantée au cœur du complexe agro-scientifique toulousain, la Mission d'Animation des Agrobiosciences, financée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, a été créée il y a une quinzaine d'années. Elle a pour objectif de détecter, concevoir, animer et instruire les questions et les ressorts des tensions que suscite le devenir de l'agriculture, de l'alimentation et des territoires ruraux au sein de notre société, en portant notamment une attention particulière à l'enseignement et à la formation, à la part des représentations ainsi qu'à l'importance des dimensions culturelles.

Cette expertise s'appuie sur plusieurs savoir-faire :

- une veille permanente
- une mise en réseaux (de chercheurs, professionnels, formateurs, associatifs...)
- un maillage des territoires (local, national, européen, global)
- une co-construction de sens
- une mise en culture : large diffusion du contenu des débats (NTIC) ; attention particulière portée à la rédaction pour que les documents soient accessibles à tous ; temps (pour favoriser la dynamique collective).

Par le biais d'actions propres ou de missions d'appui, mobilisant une ingénierie de débat originale, **la Mission Agrobiosciences est appelée à devenir, à très court terme, le Centre national de médiation prospective**, en complémentarité avec le Centre d'Etudes Prospectives du ministère de l'agriculture. Ce Centre ambitionne de penser le présent et le futur de l'agriculture, de l'alimentation et des territoires pour, à la fois, identifier les leviers politiques, éclairer la décision publique et dégager des issues collectives.

Adresse postale

Mission Agrobiosciences - Enfa
BP 72638
31326 Castanet Tolosan

Contact

Tél. 05 62 88 14 50

Mail : sylvie.berthier@agrobiosciences.com

Site Internet : www.agrobiosciences.org

Suivez-vous sur facebook : <https://www.facebook.com/agrobiosciences>

et sur twitter @agrobiosciences

Regardez Agrobiosciences TV <http://vimeo.com/agrobiosciences>