

## ÉTAT DES LIEUX DES CIRCUITS COURTS : ENTRE FORMES « TRADITIONNELLES », FORMES « INNOVANTES » ET STRATÉGIES TERRITORIALES

par Claire **Delfosse**<sup>1</sup>

La vente par le biais des circuits courts est en pleine évolution, du fait de la reconnaissance de l'économie de la proximité et de la multifonctionnalité de l'agriculture par les collectivités locales et les pouvoirs publics. Elle répond aussi à de nouvelles attentes tant de la part des consommateurs en termes d'acte d'achat et de mode de consommation, que de la part des producteurs (amélioration du revenu, mais aussi communication, lien social, insertion territoriale). Les circuits courts, dans la littérature anglo-saxonne, sont souvent dénommés réseaux alimentaires alternatifs (*alternative food networks*- RAA). Leur « altérité » viendrait du fait qu'ils défendent des valeurs différentes par rapport à la production alimentaire de masse et qu'ils répondent à une demande de proximité entre producteur et consommateur.

Qu'en est-il en France ? Toutes les formes de circuits courts sont-elles alternatives ? Quelles sont leurs impacts spatiaux ou tout au moins comment illustrent-ils et s'intègrent-ils dans des stratégies territoriales ? En effet, alors que de nombreux travaux de recherche et d'étude, ainsi d'ailleurs que de politiques, s'intéressent aux circuits courts, il convient de faire un état des lieux. Celui-ci ne peut être que qualitatif et repose sur un certain nombre de travaux de terrain. Cet état des lieux peut être conduit en trois temps.

*Le premier revient sur ce que l'on peut qualifier de formes « traditionnelles » ; des formes en difficulté et/ou renouvelées.* Il s'agit de la vente directe à la ferme, les marchés, la vente au bord de la route, la tournée... Ainsi, même si on a l'impression que certains marchés sont en perte de vitesse, on note un renouvellement de cette forme de circuit court qui, par ailleurs, demeure la vente directe la plus importante. Différents acteurs s'y intéressent et œuvrent à leur « modernisation ». Il existe également des formes de circuits courts avec un intermédiaire (vente chez l'épicier du coin, la vente à un crémier, à un restaurateur, sans oublier les artisans de bouche) qui constitue alors le seul intermédiaire entre producteur et consommateur. Certains de ces intermédiaires jouent encore un rôle central dans le maintien d'une « communauté de goût » entre consommateurs et producteurs dans quelques territoires et contribuent à la promotion des produits auprès des touristes. Ainsi, l'ensemble de ces modes « traditionnels » de vente en circuits courts peuvent conserver une grande importance et revêtir des enjeux en termes de développement local.

**Depuis ces dernières années, et pour certaines même depuis peu (début des années 1990), des formes innovantes de circuits courts sont apparues et se développent.** Toutes s'articulent autour des réflexions sur les liens entre ville et campagnes proches, villes et agriculture, et enfin bien-sûr ville et alimentation. On peut distinguer les formes innovantes qui sont portées par les acteurs agricoles et ruraux ; d'autres sont portées par des citoyens qui peuvent être à l'origine de la création de nouveaux types d'entreprises (comme les entreprises d'insertion ou d'entreprises privées avec un intermédiaire qui organise la vente via Internet entre consommateurs et producteurs). Les AMAP, que l'on peut considérer pour l'instant comme un mouvement

---

<sup>1</sup> Professeur de Géographie à l'Université de Lyon 2, membre du laboratoire d'Études rurales.

essentiellement urbain, illustrent les nouvelles formes de ce que l'on appelle la consommation engagée. Enfin, dans ces formes innovantes, médiatiques et complexes, il convient de considérer la question des cantines approvisionnées en produits biologiques et / ou locaux ; forme qui met sur le devant de la scène les collectivités territoriales et qui, peut-être, contribue à accélérer le dialogue entre organisations professionnelles agricoles, territoires de développement et collectivités territoriales.

Cet état des lieux suscite ainsi dans un troisième temps des interrogations **sur les stratégies territoriales sous-tendues par l'intérêt porté aux circuits courts**. On peut ainsi se demander s'il y a des « territoires de circuits courts », des espaces plus propices que d'autres pour le développement de ce type de circuit. Considérer les liens entre circuits courts et territoire passe aussi par l'analyse des stratégies urbaines vis-à-vis de ce type de vente. Enfin, on peut se demander si les circuits courts constituent une occasion de construction du local et cela, par exemple, à travers la création de marques collectives associant villes et campagnes proches ou visant à réaffirmer l'importance nourricière d'un espace périurbain face aux métropoles voisines. En effet, les circuits courts suscitent ou sont associés à des réflexions sur la construction d'un « local » périurbain.

Ainsi les circuits courts, outre les enjeux en termes de production et de consommation, de liens ville-campagne, sont des facteurs de différenciation spatiale et de distinction.