

## « C'est son avis »

Économiste au sein du réseau CERFrance et professeur associé à l'université de Poitiers, **Jacques Mathé** publie un ouvrage sur les clés de réussite des projets en circuits courts <sup>(1)</sup>. Son credo : l'idéalisme ne doit pas faire oublier le réalisme.



C. FAIMALI/GFA

# « Halte aux idées reçues sur les circuits courts »

## « Une méconnaissance du secteur »

Notre vision des circuits courts en France est très limitée. Les recensements nationaux sont flous et nous manquons de statistiques annuelles sur les types de production, les volumes commercialisés, le montant du panier moyen... Même le nombre des marchés de plein vent est incertain ! Cette méconnaissance révèle une absence de stratégie sur un secteur pourtant en plein essor.

## « Pas un remède à la crise »

Sans diagnostic précis, on a du mal à analyser la dynamique de ce marché. Conséquence : chacun y va de son interprétation, selon ses références culturelles ou militantes. En particulier en période de crise, où l'on présente les circuits courts comme la solution à tous les problèmes. Un discours dangereux, car on incite des producteurs à se déplacer dans un secteur qu'ils ne maîtrisent pas forcément. Or les circuits courts sont très sélectifs : dire que l'on va sauver tout le monde grâce à eux, c'est oublier l'exigence du métier, la densité du travail et la complexité des schémas productifs.

## « Des prix plus élevés qu'en grande surface »

La réussite des projets est soumise à cinq phases incontournables : la préparation, avec une étude de faisabilité, le dimensionnement, en prévoyant une progression du chiffre d'affaires adaptée aux charges engagées, la mobilisation de compétences multimétiers, notamment en ce qui concerne la transformation, la relation client, essentielle au commerce, et, enfin, la fixation des prix de vente. Ce dernier point est essentiel car il conditionne une grande part des résultats. Les prix doivent tenir compte de l'environnement concurrentiel, mais surtout des valeurs immatérielles que l'on apporte au client : le plaisir, la qualité gustative, la traçabilité, le lien avec le territoire, le relationnel...

Or sous prétexte de faire la promotion des circuits courts, on entend dire de plus en plus souvent que leurs prix seraient plus compétitifs que ceux en hypermarchés. Si cela peut se vérifier sur certains produits peu transformés tels que les fruits et légumes, et encore selon les saisons, il n'en va pas de même pour ceux plus élaborés. Rappelons une évidence économique : un modèle agro-industriel associé

à un système de distribution ultra-rationalisé offrira toujours des prix de revient inférieurs à des systèmes où la logistique et les modes de production sont moins optimisés.

## « Circuits complémentaires »

Cela en fait-il des produits de luxe pour autant ? La réponse à cette question est complexe, car le comportement des consommateurs n'est pas figé : un faible pouvoir d'achat n'implique pas exclusivement une consommation de premiers prix.

En revanche, le panier s'en trouve limité, restreint à l'achat plaisir. C'est pour cette raison que les circuits courts ne remplaceront jamais les modèles alimentaires classiques. Ils ont, en revanche, une grande marge de progression en complément, avec une diversité à entretenir. Car il n'y a pas de circuit commercial idéal. Il n'y a que des systèmes adaptés à la manière dont l'exploitant travaille.

**Propos recueillis par  
Alain Cardinaux**

<sup>(1)</sup> L'ouvrage s'intitule *10 clés pour réussir dans les circuits courts*, aux Éditions France Agricole. Prix : 29 € TTC. En librairie et en ligne sur le site [www.lagaleriesverte.com](http://www.lagaleriesverte.com)

**RÉAGISSEZ !** Exprimez-vous sur les sujets d'actualité

### ORIGINE DE LA VIANDE

Faut-il un étiquetage obligatoire généralisé ?

### PHYTOS EN ZONES SENSIBLES

Comment concilier la demande sociétale et les besoins de protection des cultures ?

Vos lettres (une page au maximum) seront publiées dans un prochain numéro de La France agricole. Ecrivez ou télécopiez à Philippe Pavard, La France agricole, 8, cité Paradis, 75493 Paris Cedex 10.

Fax : 01 40 22 70 80 ou encore par courriel, avec vos nom et adresse à [b.lamarre@gfa.fr](mailto:b.lamarre@gfa.fr). Les lettres anonymes ne seront pas retenues.