

# Le circuit-court, nouvelle tendance de la distribution

18.12.2014, Romain Nowicki

*Avec la présence de plus en plus forte du développement durable, le comportement du consommateur évolue et cherche davantage de proximité et de transparence. Face à ce constat, de nouveaux modes de distribution apparaissent comme celui du circuit-court. De nombreuses enseignes ont axé leur offre commerciale dans ce sens afin de se développer. Décryptage.*

Crédits photo : Droits réservés



Si des partenariats entre producteurs locaux et points de vente existent depuis longtemps, notamment en région, ceux-ci **tendent aujourd'hui à devenir la règle**, voire la promesse de vente, pour certaines enseignes. O'Tera, Les Halles de l'Aveyron, Frais d'ici ou encore Day by Day ont privilégié ce mode de distribution qui constitue aujourd'hui leur **marque de fabrique**. Une kyrielle de plateformes s'est également structurée autour de ce concept.

## Qu'est-ce que le circuit-court ?

Selon le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, « est considéré comme circuit-court un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur. » Aujourd'hui, **1 producteur sur 5 vend en circuit-court** (21 % des exploitants). Côté clients, une étude du cabinet Natural Marketing révèle que **71 % des Français préfèrent acheter des produits locaux**. La raison ? Ces produits répondent à une **exigence de traçabilité**, aux **préoccupations pour la sécurité alimentaire**, à l'intérêt grandissant des consommateurs à l'égard du développement durable, etc. Autant d'arguments qui trouvent leur origine dans les **récents scandales** qui ont touché la grande distribution à dominante alimentaire et ses fournisseurs. Mais le point de départ remonte à deux décennies, comme l'explique Jacques Mathé, spécialiste de l'économie rurale et professeur-associé à l'université de Poitiers (86) : « *L'intérêt pour le circuit-court date des années 1990, qui ont vu l'accélération d'un certain nombre de crises alimentaires. **La vache folle en 1996 a été un vrai virage** dans les modes de consommation des Français. C'est la première fois que le consommateur se dit « ce que je mange dans mon assiette peut m'amener à l'hôpital ». Il y a eu une **véritable prise de conscience** à ce moment-là, conjuguée à un battage médiatique qui a réinterrogé le contenu de l'assiette. »*

## Le coopératif au cœur du projet

Dans une optique de démocratisation et d'accès au marché, plusieurs agriculteurs se sont regroupés en coopératives. Jusque-là, rien de nouveau. Mais leur association va plus loin. Certains groupements, répartis un peu partout sur le territoire, ont décidé de sauter le pas et de **créer leur propre chaîne de distribution**. C'est le cas d'Unicor, **entreprise coopérative agricole**, avec Les Halles de l'Aveyron et d'InVivo, **ensemble de coopératives agricoles fédérées**, avec Frais d'ici. D'autres ont choisi de créer leur enseigne en **partenariat exclusif avec les producteurs**. Day by Day et Biocoop ont ainsi développé des liens étroits avec des agriculteurs locaux. Si Biocoop se développe en coopérative, **Day by Day a choisi la franchise pour étendre son réseau**. L'objectif des deux enseignes : **recréer de la solidarité territoriale et développer un modèle économique participatif**, d'autant plus que le marché présente des perspectives d'avenir positives. *« Aujourd'hui, il existe une vraie demande dynamique à laquelle le distributeur répond, explique le spécialiste de l'économie agricole. Ce n'est pas un effet de mode, on touche à quelque chose d'assez majeur qui vient en complément du schéma alimentaire classique. Comme d'autres formes de consommation, le circuit-court s'inscrit dans une logique de segmentation. Le consommateur est ainsi amené à faire des arbitrages et à choisir certains produits issus du circuit-court. A l'heure actuelle, cela représente 10 % des achats, et à terme peut-être que cela atteindra les 20 %. »*

## La loi ESS, un soutien de poids ?

Dans cette perspective, la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire **encourage le développement de cette économie**. D'une part, par la **rénovation de l'agrément « entreprise solidaire d'utilité sociale »**, qui permet aux entreprises agréées d'accéder à l'épargne salariale solidaire. Cet agrément était initialement réservé aux *« entreprises d'insertion par l'activité économique »*, soit à des *« entreprises qui respectent des règles de gouvernance démocratique »* qui ont mis en place une échelle de salaires. Avec la loi ESS, **il serait élargi aux entreprises dont « l'activité présente un impact social significatif », comme les circuits-courts**.

D'autre part, ce modèle se retrouvera d'autant plus encouragé que la loi promouvra la **reconnaissance des dimensions locales et sociales du commerce équitable sur le sol français**. En effet, la notion de commerce équitable sera redéfinie pour comprendre les échanges Nord-Nord. **Elle obligera les distributeurs d'apporter la preuve des allégations « commerce équitable » estampillées sur les produits**. Cette mesure permettrait alors au consommateur d'appréhender son acte d'achat dans ses « dimensions locales et sociales »... tout en répondant à une exigence de transparence et de traçabilité. *« L'acheteur doit comprendre que ce qu'il achète fait partie d'un acte social qui valorise les territoires », tranche Carole Delga, Secrétaire d'Etat chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire. L'embellie doit cependant être mesurée, selon Jacques Mathé : « La loi ESS, même si elle met le sujet sur la table, est anecdotique. Le curseur n'a pas été mis là où il aurait dû l'être, ce qui fait qu'elle manque de force et d'efficacité. Ce qui est intéressant au niveau des politiques publiques, c'est que ce sont les acteurs locaux qui se sont appropriés les enjeux du circuit-court. Les régions, comme Rhône-Alpes ou Midi-Pyrénées, les départements ou les collectivités territoriales sont les vrais acteurs de l'ESS, en percevant les valeurs immatérielles du circuit-court. »*

## **Le circuit-court, un modèle à structurer**

Hormis les absences de la loi ESS, l'universitaire pointe d'autres **carences exprimées par le circuit-court** comme le développement de plateformes intermédiaires. « *Vous trouvez des individus qui viennent picorer dans le gâteau. Des gens qui, sous couvert d'humanité et de lien social, font de l'argent au détriment des producteurs. Je pense notamment à toutes ces plateformes qui se positionnent entre consommateur et agriculteur.* » Pour cause, le modèle éthique promu par ce mode de consommation reste **soumis à la loi du marché, et des acteurs périphériques sont amenés à le structurer à la place des protagonistes que sont les producteurs.** « *Si cette activité se développe, c'est qu'il y a de l'espace. La demande est très largement supérieure à l'offre. Il y a des opportunités quand les producteurs sont organisés individuellement. Mais aussi beaucoup d'opportunité du coup, analyse-t-il. Tout le monde s'y engouffre et espère faire recette. Ces intermédiaires peuvent s'avérer problématiques à terme.* » **Aux producteurs donc de s'unir**, comme Unicolor avec Les Halles de l'Aveyron, **pour proposer une véritable offre circuit-court** qui viendra contrebalancer l'éclosion de plateformes se réclamant du circuit-court et de ses principes. « *Dans la dynamique actuelle, fournir la demande soulève également son lot de préoccupations car le point noir demeure le manque de producteurs. Aussi, comment intéresser ces derniers à valoriser leur travail quand d'autres s'y intéressent ? On observe un problème de modèle économique où trop d'agriculteurs sont partis sur ce sujet (ndlr : le circuit-court) comme des amateurs et restent à la marge.* »

Autre préoccupation qui ancre davantage le secteur dans la réalité contemporaine : le digital. **Le circuit-court collectif n'a peut-être pas su prendre le virage numérique**, ce qui explique encore une fois la part prépondérante des plateformes utilisant le Web pour prospérer. « *Internet est un accès à la planète pour les petits opérateurs, avec un coût commercial ridicule. On peut vendre des confitures du Poitou à un client qui habite Tokyo ! Il faut vraiment qu'il y ait une prise de conscience à ce niveau-là. Les réseaux sociaux constituent un outil de développement incontournable à l'heure actuelle* », conclut Jacques Mathé.