

Association de Science Régionale De Langue Française

2009 Les 6, 7 et 8 Juillet - Clermont-Ferrand, France
XLVI^e Colloque ASRDLF



Entre projets locaux de développement et globalisation de l'économie :
quels équilibres pour les espaces régionaux ?

LA NOTION DE « PROXIMITÉ » POUR ANALYSER LES CIRCUITS COURTS

PRALY Cécile

ISARA-Lyon-LER Université Lyon II
Lyon
cpraly@isara.fr

CHAZOULE Carole

ISARA-Lyon-LER Université Lyon II
Lyon
chazoule@isara.fr

DELFOSSÉ Claire

LER Université Lyon II
Lyon
claire.delfosse@wanadoo.fr

BON Nicolas

ISARA-Lyon-LER Université Lyon II
Lyon
nbon@isara.fr

CORNEE Moïse

ISARA-Lyon-LER Université Lyon II
Lyon
mcornee@isara.fr

Résumé :

Cette communication présente l'état de nos réflexions quant à l'élaboration d'un cadre d'analyse pour comprendre comment sont construites les relations entre producteurs et consommateurs dans les circuits courts où celles-ci sont « distendues ». La notion de proximité, qui permet de saisir l'éloignement à la fois géographique et relationnel, semble adaptée. Le cadre d'analyse élaboré à partir de la littérature (I) sera testé sur trois types de circuits courts rhône-alpins : les circuits régionaux de vente de fruits (II), les circuits courts par e-commerce et l'approvisionnement local de la restauration collective (III). Les résultats montrent que les différents intermédiaires intervenants dans ces circuits participent à la construction du lien producteurs-consommateurs, à la fois en rendant fonctionnelle la proximité géographique, et en médiatisant la proximité relationnelle.

Mots clés : (arial 11)

Circuits courts alimentaires, proximité, fruits, e-commerce, restauration collective, Rhône-alpes

LA NOTION DE « PROXIMITÉ » POUR ANALYSER LES CIRCUITS COURTS

Introduction

Si les circuits courts alimentaires « ont toujours existé », ou presque, comme l'approvisionnement des agglomérations par les producteurs des ceintures vertes via les marchés (Durbiano 1997; Vaudois 1985; Vernin et Baros 2007), de nouvelles formes variées et innovantes se développent aujourd'hui (Chiffolleau 2008). Parmi celles-ci, la vente directe à la ferme, les AMAP, les systèmes de paniers ou encore les points de vente collectifs (PVC) ont été analysés par les sciences sociales sous divers angles. D'abord, des travaux se sont attachés à caractériser les différentes « modalités »¹ des circuits courts et de leurs organisations (Chaffotte et Chiffolleau 2007; Marechal 2008). Ensuite, la nature des relations entre producteurs et consommateurs a été analysée, sous l'angle de l'engagement dans les AMAP (Lamine et Perrot 2008; Mundler 2007) et dans les systèmes de paniers (Dubuisson-Quellier et Lamine 2004; Dubuisson-Quellier *et al.* 2008), et sous l'angle de la confiance et de la qualité relationnelle dans les formes de vente directe (Herault-Fournier et Prigent-Simonin 2005; Herault-Fournier et Prigent-Simonin 2006). Un troisième angle d'analyse développé est celui de l'influence des circuits courts sur l'organisation du travail dans les exploitations agricoles, principalement étudiée dans le cas des PVC et des AMAP (Bernard *et al.* 2008). Enfin, les questions de leur importance économique, de leur pérennité et des recompositions territoriales (Delfosse et Bernard 2007; Lescureux 2003) liées à ces circuits ont été abordées, et font aujourd'hui l'objet de plusieurs programmes de recherche en cours².

Cependant, certaines modalités de circuits courts ont encore été peu étudiées, comme l'approvisionnement local dans la restauration collective, les formes utilisant le e-commerce, ou encore l'approvisionnement des primeurs et détaillants par les producteurs. Celles-ci se caractérisent par une relation « distendue » entre producteurs et consommateurs, où peut intervenir un intermédiaire commercial (le détaillant), virtuel (le site Internet), voir parfois plus (la société de restauration et le restaurant collectif). Ce sont ces cas que nous proposons d'analyser ici, en mobilisant une grille de lecture adaptée à leur particularité, par la notion de « proximité » (Torre 2004). Celle-ci, déjà mobilisée pour analyser les coordinations entre acteurs au sein des systèmes agroalimentaires localisés (Muchnik *et al.* 2008) ou entre producteurs et consommateurs dans les AMAP et les PVC (Pouzenc *et al.* 2007), permet de saisir l'éloignement à la fois spatial et relationnel entre acteurs. De ce fait, elle nous semble adaptée pour interroger la manière dont sont construites les relations entre producteurs et consommateurs dans les circuits courts « distendus » étudiés ici.

Aussi, l'objet de cette communication est de présenter l'état de nos réflexions quant à l'élaboration d'un cadre d'analyse des circuits courts par la notion de proximité entre producteurs et consommateurs. Ce cadre d'analyse sera argumenté à partir d'une revue de littérature sur la notion de « proximité » (première partie). Nous le testerons ensuite sur plusieurs exemples de circuits courts : vente directe et approvisionnement des détaillants dans l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône³ (seconde partie) ; approvisionnement

¹ Le terme de « modalité » est proposé par l'ouvrage collectif coordonné par G. Maréchal pour désigner les grandes familles de circuits courts. Pour exemple, la vente à la ferme est une modalité de circuit court, de même que les marchés forains, le point de vente collectif, la vente par système de paniers, etc. (Marechal 2008, p. 12).

² En particulier le programme SALT conduit en Bretagne, le programme CROC conduit en Languedoc-Roussillon prolongé par un programme PS DR COXINEL, les programmes PS DR LIPROCO conduits en Grand-Ouest et en Rhône-Alpes.

³ Les informations proviennent de l'analyse des enquêtes réalisées entre 2006 et 2008 dans le cadre de la thèse de C. Praly, « Nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture, le cas de l'arboriculture de la Moyenne

local de la restauration collective et circuits courts par Internet en Rhône-Alpes ⁴ (troisième partie).

I. LA NOTION DE « PROXIMITÉ », UN CADRE D'ANALYSE POUR COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DES CIRCUITS COURTS

L'intérêt de la notion de proximité est qu'elle se décline en une « proximité géographique » et une « proximité organisée », deux dimensions interdépendantes l'une de l'autre qui permettent d'analyser les relations entre producteurs et consommateurs dans les circuits courts.

1. Notion de « proximité » : articuler la proximité géographique et la proximité organisée

Dans la filiation des travaux portant sur les processus de développement localisés⁵, la notion de proximité est théorisée par les économistes de la proximité⁶. Elle permet d'analyser les dynamiques de coordination entre les acteurs situés dans un espace donné et la nature de ce qui les influence (Gilly et Torre 2000; Dupuy et Burmeister 2003 ; Pecqueur et Zimmermann 2004). Pour ces auteurs, la proximité rend compte d'une échelle d'éloignement/rapprochement entre deux acteurs, et des différentes natures que peut recouvrir cet éloignement/rapprochement. Cette distance entre eux n'est en effet pas seulement métrique, mais aussi culturelle, cognitive, etc. Pour qualifier ces différentes natures d'éloignement/rapprochement, une typologie des proximités est élaborée. De manière consensuelle, une distinction est faite entre, d'une part, la « proximité géographique », et d'autre part, la « proximité organisée » (Rallet et Torre 2004).

La « proximité géographique », encore appelée « proximité spatiale » ou « physique » correspond à la séparation dans l'espace entre deux personnes. Elle peut donc se traduire en distance métrique ou horaire, et tient compte des spécificités des terrains sur lesquels elle s'applique. « *Mais elle intègre également la dimension sociale des mécanismes économiques, ou ce que l'on appelle parfois la distance fonctionnelle* » (Torre 2004, p. 4). En d'autres termes, elle dépend à la fois de la distance physique, kilométrique, elle prend en compte les contraintes naturelles, ainsi que les construits sociaux influant sur cette distance : infrastructures de transport, moyens financiers ou technologiques favorisant la communication, perception de la distance par les acteurs, etc.

La « proximité organisée » est la distance relationnelle entre deux personnes en termes de potentiel de coordination. Rallet et Torre la définissent comme « *la capacité qu'offre une*

Vallée du Rhône », conduite au sein du LER et financée par un programme Emergence de la Région Rhône-Alpes.

⁴ Les informations proviennent d'un travail d'inventaire régional poursuivi par des enquêtes de terrain réalisé en 2009 dans le cadre des mémoires de Master II Recherche 'Etudes Rurales' de N. Bon (vente par Internet) et de M. Cornée (restauration collective), conduits au sein du LER et financés par le programme LIPROCO Rhône-Alpes.

⁵ Les travaux fondateurs de ces courants sont notamment ceux de Bernard Ganne, de Claude Courlet ou encore de Bernard Pecqueur en économie du développement local, de Gilles Benko et Alain Lipietz en géographie économique. Les travaux des géographes ruraux, en décrivant les processus régionalisés de développement agricole alimentent également les réflexions. C'est notamment le cas de l'analyse de l'industrialisation de l'élevage en Bretagne, menée dans la thèse de J.P. Diry (1985), ou des différentes régions fromagères françaises menée dans la thèse de C. Delfosse (1992).

⁶ Le numéro spécial de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* (RERU, n°3, 1993) intitulé « Economie de proximité » est considéré comme la première publication des travaux de cette école.

organisation de faire interagir ses membres » (Rallet et Torre 2004, p. 27), l'organisation désignant ici un ensemble de relations formelles et informelles. Toujours selon ces auteurs, la proximité organisée repose sur deux types de logiques. D'abord, une « logique d'appartenance », c'est-à-dire que sont proches des acteurs qui appartiennent au même espace de rapports (firme, réseau...) puisqu'ils nouent plus facilement des interactions entre eux. Ensuite, la « logique de similitude » considère que sont proches des acteurs qui se ressemblent, partageant le même espace de références, de savoirs, de valeurs.

Enfin, dernier élément fondateur de l'économie de proximité : proximités géographique et organisée sont interdépendantes. Torre souligne en effet que « *toute la difficulté est alors d'activer le potentiel de la proximité géographique par la mise en place de relations efficaces de proximité organisée.* » (Torre 2004, p.4). A ce niveau, le rôle des institutions devient important, car elles sont souvent en mesure d'accompagner les collectifs informels (Filippi et Torre 2003) ainsi que la structuration de systèmes de gouvernance territoriale (Gilly et Pecqueur 2000).

Partant de cette typologie, de nombreux travaux mobilisent le concept de proximité, déclinant généralement la proximité organisée en diverses catégories analytiques selon les objets étudiés : proximité cognitive, proximité institutionnelle, etc. (Bellet *et al.* 1998). Par exemple, Grossetti et Bouba-Olga proposent un approfondissement poussé de ce qui constitue la proximité organisée, appliquée à la fois aux coordinations entre individus et entre organisations (Bouba-Olga et Grossetti 2008). L'enjeu pour nous n'est pas d'entrer dans ces débats, mais bien de souligner le fait que cette base théorique consensuelle de la « proximité géographique / organisée » conserve suffisamment de souplesse pour être déclinée à l'analyse des circuits courts alimentaires, comme le montre notamment les travaux conduits sur les SYAL (Fourcade 2006; Minvielle et Consales 2006). Nous proposons de discuter ce cadre d'analyse par rapport au cas particulier des circuits courts qui nous intéressent ici.

2. Discussion sur le cadre d'analyse et choix des terrains pour le tester

Les travaux sus analysés montrent que les deux dimensions de la proximité, organisée et géographique, ainsi que leur interdépendance, permettent de comprendre le fonctionnement des circuits courts. Plus précisément, il s'avère que la proximité organisée intervient de deux manières dans la coordination entre producteurs et consommateurs, ce qui nous conduit à préciser les termes du cadre d'analyse.

D'une part, la proximité organisée apparaît nécessaire dès lors qu'il y a construction d'un service, d'une gamme ou encore recherche de praticité pour les consommateurs. Pour exemple, Dénéchère *et al.*, classent les différentes modalités de circuits courts présents sur un même territoire en fonction du type de proximité géographique / organisée la plus structurante dans la relation entre producteurs et consommateurs (2008). Ils montrent ainsi que les modalités les plus récentes (AMAP, systèmes de paniers, PVC) relèvent davantage d'une proximité organisée alors que les modalités « traditionnelles » sont essentiellement construites sur la proximité géographique (marchés, vente directe à la ferme). En d'autres termes, les modalités de circuits courts proposant un service (livraisons...), construisant de la praticité (constitution d'une gamme dans les PVC, livraison dans les AMAP), élaborant un engagement réciproque (AMAP...) entre producteurs et consommateurs relèvent donc d'une proximité organisée. Ainsi, la proximité organisée intervient dans l'activation de la proximité géographique entre producteurs et consommateurs : en l'organisant elle la *rend fonctionnelle*. En ce sens, elle est fortement interdépendante de la proximité géographique, dont l'influence ne doit donc pas être occultée. Par exemple, plus l'éloignement géographique sera important ou matérialisé par des obstacles physiques (montagnes, défaut

de voies de communication, etc.), et plus la proximité organisée devra le compenser. Ainsi, dans les cas où la proximité géographique est rendue fonctionnelle, nous proposons de l'appeler « proximité fonctionnelle ».

D'autre part, la proximité organisée et plus particulièrement la dimension relationnelle du lien entre producteur et consommateur peut être favorable à l'acte d'achat. De fait, une étude des PVC et des AMAP en Midi-Pyrénées conclut que si la proximité géographique n'est pas évidente à définir, en revanche, « *la proximité relationnelle entre producteurs et consommateurs paraît bien être une des conditions du bon fonctionnement des AMAP.* » (Pouzenc *et al.* 2007, p. 149-150). Ainsi « *la proximité relationnelle* » évoquée ici, qui appartient au groupe de la proximité organisée, apparaît structurante. Celle-ci a d'ailleurs fait l'objet de travaux de sociologie, qui ont montré que la relation nouée entre le producteur et le consommateur dans la vente directe contribue à une qualification particulière du produit, nommée « *qualité relationnelle* » (Herauld-Fournier et Prigent-Simonin 2005). Celle-ci s'appuie essentiellement sur la confiance construite grâce à cette relation directe (Herauld-Fournier et Prigent-Simonin 2006). Nous proposons donc d'appeler « proximité relationnelle » entre producteurs et consommateurs les notions relatives à la confiance, à l'engagement et tout ce qui peut fonder l'acte marchand.

La proximité organisée intervient donc à la fois dans l'activation de la proximité géographique et dans la construction de la confiance entre le producteur et le consommateur. Or, ce constat provient d'analyses de circuits courts où la relation producteurs-consommateurs est directe. Qu'en est-il dans les cas où celle-ci est distendue ? Ces deux fonctions de la proximité organisée sont-elles reconstruites ? Comment et par qui ? Quel est alors le rôle des intermédiaires dans cette construction ? Dans le cas de ces circuits courts distendus, le produit alimentaire doit en effet être acheminé du producteur jusqu'au consommateur dans des contraintes de normes et règlements sanitaires, de praticité ou de délai, ce qui nécessite une organisation, même informelle, pour activer la proximité géographique et la rendre fonctionnelle. D'autre part, pour nous, la proximité relationnelle qui joue un rôle déterminant au moment de l'acte d'achat doit être permise par une relation directe entre producteur et consommateur ou médiatisée par d'autres moyens.

Nous proposons de tester ce cadre analytique sur plusieurs types de circuits courts rhône-alpins, afin de le confronter avec la diversité non seulement des modalités de circuits courts mais également des types de produits qui y circulent. Le cas des circuits de commercialisation régionaux des fruits de la Moyenne Vallée du Rhône permet d'aborder les spécificités liées aux produits frais et périssables et d'interroger comment celles-ci sont valorisées grâce à différentes articulations entre proximités géographique et organisée entre producteurs et consommateurs. Ensuite, nous avons choisi d'aborder les cas de l'approvisionnement local dans la restauration collective et des circuits courts mobilisant Internet. Ces deux modalités de circuits courts se caractérisent par une structuration *a priori* dominée par la proximité organisée. En effet, dans les deux cas, il y a un intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs qui organise ou médiatise le lien. La grille d'analyse par les proximités sus définies nous permettra d'interroger comment ce lien peut être reconstruit, par qui, et comment il est valorisé.

Ces trois cas débordent parfois de la définition établie des circuits courts. Celle-ci, héritée de l'économie des filières, les délimite à « *un intermédiaire au maximum entre le producteur et le consommateur* » sans limite géographique explicitée (Chaffotte et Chiffolleau 2007). Les travaux en termes de « *systèmes alimentaires territorialisés* » proposent de délimiter les circuits courts « *à l'échelle territoriale de la proximité* », c'est-à-dire lorsque production et consommation se trouvent dans le même territoire (Marechal 2008). En cela, ils intègrent le cas de l'approvisionnement local dans la restauration collective. Dans notre travail, l'approche est donc volontairement un peu plus large, ayant fait le choix de ne pas poser de bornes pré-établies. L'objectif est, au contraire, d'aborder les terrains par les circuits courts

et leurs spécificités afin, d'une part, de tester l'adaptabilité du cadre d'analyse par la proximité à la diversité des situations, et d'autre part, de tester si ce cadre d'analyse permet une lecture pertinente du fonctionnement de ces circuits.

II. L'ARBORICULTURE DE LA MOYENNE VALLEE DU RHONE : UNE PROXIMITE DE DELAI POUR UNE QUALITE DIFFERENCIEE

L'arboriculture fruitière de la Moyenne Vallée du Rhône (Drôme et Ardèche) est confrontée à une évolution structurelle de son modèle de développement (Praly *et al.* 2007). L'ouverture progressive du marché communautaire a soumis ce bassin structuré pour l'expédition de fruits destinés aux marchés standards français et européens à la concurrence des fruits provenant des pays à faibles coûts de production (Italie, Espagne, Maroc, Tunisie, Turquie, etc.). En outre, de graves problèmes sanitaires ont parachevé la déstabilisation de la compétitivité des exploitations, en diminuant leur potentiel de production. La sharka, maladie virale des *prunus*, a notamment entraîné l'arrachage de plusieurs centaines d'hectares de pêchers dans la Drôme entre 2000 et 2008.

Dans ce contexte, les producteurs diversifient leurs modes de commercialisation pour dégager plus de valeur ajoutée à la vente de leurs fruits. La tendance dominante est d'ajouter aux débouchés préexistants - les circuits d'expédition qui valorisent des gros volumes homogènes de qualité commerciale aptes à supporter des transports et des délais longs de mise en marché - de nouveaux débouchés qui valorisent quant à eux la proximité entre la production et la consommation (Praly et Chazoule 2008). Cette organisation permet de tirer parti au mieux de la principale contrainte de la production fruitière : des produits saisonniers, de qualité variable et périssables, donc non stockables. En combinant les circuits d'expédition et les circuits régionaux, les producteurs peuvent ainsi commercialiser la totalité de la production annuelle dans un délai court, et orienter les différents types de qualité vers les débouchés les plus aptes à les valoriser.

1. La vente directe producteur-consommateur : accessibilité et co-construction de l'offre

Parmi les circuits régionaux, les débouchés mobilisés par les producteurs sont divers, assurés par différents types d'opérateurs d'aval locaux. La forme la plus connue et la plus visible est la vente directe aux consommateurs, qui se pratique soit directement à la ferme, dans des stands au bord des routes, sur les marchés forains ou beaucoup plus rarement dans des points de vente collectifs.

La proximité géographique est activée par les producteurs par la recherche d'accessibilité pour les consommateurs : recherche de localisation le long des grands axes de circulation ou sur des marchés d'agglomération. La proximité fonctionnelle ainsi construite permet de différencier l'offre de celle proposée sur les circuits d'expédition. En effet, la vente directe permet de vendre des fruits cueillis le matin même ou quelques jours auparavant, et qui ne subissent pas autant de manipulations que pour l'expédition. Ils peuvent donc être proposés plus frais, plus mûrs. En outre, la vente directe autorise la vente d'une diversité de qualités qui ne correspondent pas aux standards commerciaux⁷, comme des petits calibres, des fruits

⁷ Qui s'appuient essentiellement sur des critères de calibre, d'aspect, de variétés, et plus rarement de taux de sucre et de fermeté.

hors normes, trop mûrs ou grêlés pour la confiture par exemple, que le consommateur ne peut trouver ailleurs. Le producteur peut ainsi dégager un prix pour ces qualités qui, sinon, ne vaudraient rien sur les circuits d'expédition.

La proximité relationnelle est également importante, le contact direct avec le producteur étant le support principal de la confiance du consommateur. Le producteur peut en outre apporter des conseils quant au choix des fruits, des explications sur la manière dont ils sont cultivés, ou comment les conserver et les consommer. Les échanges répétés entre le producteur et ses clients conduisent peu à peu à une évolution de l'offre, le premier s'adaptant en fonction des demandes des seconds. Les producteurs développent ainsi la gamme proposée, en nombre de variétés pour couvrir la saison, d'espèces, en ajoutant quelques fois des légumes d'été. Sans renouveler la totalité des vergers, quelques arbres sont plantés en bord de chemin ou en coin de parcelle pour compléter la diversité de la gamme. Les critères de choix des variétés plantées incorporent les remarques des consommateurs, recherchant telle variété ancienne particulièrement gustative, telle autre variété adaptée à la conserve. Les pratiques des producteurs évoluent enfin : les travaux de récolte sont différenciés selon que les fruits sont destinés à l'expédition ou à la vente directe. D'aucuns forment spécialement des salariés dédiés à la récolte des fruits mûrs et fragiles.

Ainsi, ici, la proximité fonctionnelle via l'accessibilité permet au producteur de valoriser des fruits de qualité différente de ceux vendus sur les circuits d'expédition. En outre, la proximité relationnelle permise par la vente directe conduit à la spécification d'une offre correspondant aux demandes des consommateurs locaux, en s'émancipant des normes commerciales.

2. L'approvisionnement des détaillants régionaux : une proximité organisée

L'approvisionnement des détaillants en fruits régionaux représente le second grand type de débouché mobilisé par les producteurs. Cela recouvre les pratiques de vente du producteur aux détaillants, soit par livraison directe, soit sur le marché de production⁸, ainsi que les ventes à certains grossistes qui eux-mêmes distribuent les fruits aux détaillants sur les marchés de gros des agglomérations environnantes.

Les détaillants qui achètent directement aux producteurs sont des primeurs sédentaires ou non, ayant un magasin ou vendant sur un ou plusieurs marchés forains. Ils alimentent principalement les agglomérations du Nord de Rhône-Alpes et des régions limitrophes où il n'y a pas de production fruitière : les Savoie, l'Auvergne, le Sud de la Bourgogne et de la Franche-Comté. En s'approvisionnant directement auprès des producteurs, ils sont ainsi en mesure de proposer des fruits plus mûrs et plus frais pour un prix raisonnable, en comparaison de l'offre des circuits d'expédition. En outre, lorsque les producteurs assurent les livraisons, le détaillant bénéficie d'un service et d'une réactivité utile en cas de besoin. Malgré cela, la grande majorité des détaillants qui s'approvisionnent auprès de producteurs locaux ne le communique pas aux consommateurs, expliquant que cela nécessiterait un dispositif trop contraignant sur les étalages pour peu de valeur ajoutée supplémentaire⁹.

Les grossistes qui interviennent dans ces circuits se différencient de leurs concurrents, les grands groupes nationaux et internationaux, en proposant une offre haut de gamme aux épiceries fines des bassins de consommation à fort pouvoir d'achat (Côte d'Azur, bassin genevois, etc.). Localisés au cœur de la Moyenne Vallée du Rhône, ils connaissent précisément les meilleurs terroirs et les meilleurs producteurs de fruits qu'ils sélectionnent

⁸ Celui de Pont-de-l'Isère est le principal en Moyenne Vallée du Rhône. Certains producteurs vendent également sur le Marché d'Intérêt National de Lyon.

⁹ Sur ce thème, une étude réalisée à l'échelle nationale sur la commercialisation des productions maraîchères de ceinture verte par les circuits courts montre les mêmes résultats (Vernin 2007).

pour élaborer la diversité et la saveur de leur offre. Comme les détaillants, ces grossistes assurent un délai minimum entre la récolte et la mise en étal des fruits, pour valoriser leur fraîcheur et leur maturité. Si les premiers s'approvisionnent généralement dans un rayon maximum de deux-trois heures de transport de leur lieu de vente, les seconds organisent un transport nocturne qui permet d'étendre ce rayon jusqu'à cinq-six heures de transport. Ainsi dans le meilleur des cas, des fruits ardéchois cueillis le matin peuvent être livrés en fin de journée chez le grossiste, transportés dans la nuit jusqu'au marché-gare de Toulon puis vendus aux détaillants et mis en étalage le lendemain matin.

Dans ces cas d'approvisionnement des détaillants, la proximité qui est valorisée est donc essentiellement fonctionnelle, et plus précisément liée au faible délai entre la récolte et la mise en étalage. Celui-ci est permis par la proximité géographique existante entre la production et les bassins de consommation, qui est rendue fonctionnelle par l'organisation des circuits de commercialisation locaux, notamment via le marché de production et le réseau des marchés-gares. Cette proximité fonctionnelle est même sciemment construite lorsque les producteurs assurent les services de livraison ou lorsque le grossiste organise ses transports selon cette contrainte de délai minimum. Ces opérateurs de l'aval assurent leur viabilité économique en proposant une offre différente de celle présente sur les circuits d'expédition. La différence repose sur la recherche d'une maturité et d'une fraîcheur des fruits, alors que les critères de la qualité commerciale sont beaucoup moins pris en compte (calibre, variétés). Par conséquent, les producteurs bénéficient d'une partie de cette valorisation, soit parce qu'elle leur permet d'écouler des fruits trop mûrs ou de qualité commerciale peu payée à l'expédition (cas des fruits commercialisés sur le marché de production), soit parce qu'elle permet des prix de vente meilleurs (cas des circuits hauts de gamme). En revanche, la proximité relationnelle entre producteurs et consommateurs n'est ici pas présente, parce que peu utile pour la valorisation. La différenciation qualitative des fruits permise par le faible délai de mise en étalage paraît suffisante pour assurer la viabilité économique des opérateurs de ces circuits.

* * *

Malgré la diversité des pratiques existantes, une logique de fonctionnement commune aux circuits régionaux se dégage dans l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, liée à la caractéristique principale de ces produits. Les opérateurs y valorisent un délai de mise en étalage court (proximité fonctionnelle) qui permet de proposer des fruits d'une maturité et d'une fraîcheur supérieures à celles disponibles sur les autres circuits. L'échelle de ces circuits est donc essentiellement circonscrite par l'exigence de ce délai court entre la récolte et la vente au détail, devant permettre une maturité-fraîcheur du fruit optimale.

Or, le délai optimum varie en fonction des espèces et de leur aptitude au stockage : d'un à deux jours pour les fraises, d'une à deux semaines pour les abricots. L'échelle de la proximité fonctionnelle se décline donc en fonction de ces délais et des infrastructures et équipements de transport disponibles.

Ainsi, la proximité de délai entre production (récolte) et consommation est construite par les différents opérateurs de la filière (producteurs, grossistes, détaillants) et peut recouvrir des circuits extrêmement localisés comme d'échelle suprarégionale. Plus l'échelle à couvrir est grande, plus l'intervention d'intermédiaires est nécessaire pour couvrir les besoins de logistique et apporter la praticité demandée par les consommateurs (gamme diversifiée, apport régulier, etc.). En revanche, la proximité relationnelle qui peut exister entre le producteur et les consommateurs, contribuant à une forte spécification de l'offre, a tendance à être affaiblie et n'est pas reconstruite lorsqu'il y a intervention d'intermédiaires.

Voyons comment d'autres formes de proximités fonctionnelle et relationnelle sont construites dans des circuits courts où le lien entre producteurs et consommateurs est distendu.

III. VENTE PAR INTERNET ET APPROVISIONNEMENT LOCAL DE LA RESTAURATION COLLECTIVE : DEUX MANIERES DE CONSTRUIRE LA PROXIMITE

Nous présentons ici des travaux en cours sur deux types de circuits courts que l'on peut considérer comme innovants et qui réinterrogent la notion de proximité. Le premier, le e-commerce, questionne l'importance de la proximité géographique alors qu'Internet paraît s'émanciper des distances, ne reposant plus que sur une proximité relationnelle virtuelle, à travers l'écran d'ordinateur. Le second, la restauration collective avec approvisionnement « local », peut être considéré comme un circuit court avec intermédiaires ; reste à voir comment ces intermédiaires mobilisent la proximité et quel type de proximité.

1. Circuits-courts par Internet : entre proximité-service et médiation du lien producteur-consommateur

Les possibilités offertes par le e-commerce élargissent la palette des formes de circuits courts et modifient les relations entre producteurs et consommateurs (Gigon et Crevoisier 1999). En Rhône-Alpes, l'inventaire entrepris début 2009 des sites Internet de vente de produits locaux montre une nette distinction entre deux modes de mobilisation d'Internet au service de la construction de proximités entre producteurs et consommateurs.

Le premier groupe de e-circuits-courts rassemble des sites Internet qui proposent une gamme de produits liés à un territoire à forte identité. Ces produits sont conservables, comme les charcuteries, les fromages, les vins et autres produits transformés, et peuvent être expédiés aux acheteurs à l'échelle nationale, généralement par Chronopost, sinon par des prestataires privés. « Le Panier Savoyard » ou le site de la marque collective « Goutez l'Ardèche » en sont des exemples caractéristiques. Si le premier correspond à une entreprise privée qui rassemble une gamme de produits identifiés de Savoie (fromages AOC, vins AOC, fruits, pâtes, etc.), le second correspond à une démarche collective, sans intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs. Ils ont néanmoins en commun la même mobilisation d'Internet dans la même construction de la proximité. De fait, l'ensemble des sites identifiés dans cette catégorie fonctionne finalement selon un modèle de vente par correspondance classique (proximité fonctionnelle valorisant un service), sauf qu'en outre une proximité relationnelle entre les consommateurs et le territoire identifié est construite et médiatisée par le site Internet. Par la mise en scène d'images emblématiques des territoires « vendus », celui-ci devient médiateur d'un lien affectif et symbolique entre le consommateur et le territoire associé aux produits proposés. Le site Internet et l'écran d'ordinateur sont ici des outils permettant de renforcer la communication et la construction de l'identité territoriale des produits auprès des consommateurs, construction dont l'importance a déjà été décrite dans le cas des produits de terroir, par exemple par Lacroix *et al.* (2000). La vente par Internet permet en outre, pour les producteurs, de développer leur marché en atteignant directement des consommateurs « à distance » et non plus seulement les habitants et touristes de passage sur leur territoire. Cette forme de e-circuit-court est essentiellement présente dans les espaces rhône-alpins bénéficiant d'une identité renommée et de produits de terroirs reconnus. Ce sont donc les territoires ruraux et touristiques, comme la Savoie, la Haute-Savoie et l'Ardèche. Enfin, les sites Internet recensés apportent généralement un petit débouché supplémentaire aux produits déjà vendus par ailleurs, mais ne constituent pas, à eux seuls, un marché capable de supporter une exploitation agricole.

Le second groupe rassemble des e-circuits-courts majoritairement situés en espaces urbains et périurbains. Ces offres de vente par Internet proposent des livraisons très régulières de produits frais issus de la production locale aux consommateurs-habitants urbains. Ici plus que dans le premier groupe, le statut et le mode d'organisation de l'e-commerce sont très variables. Pour exemple, « Les Paniers de Martin » (intermédiaire privé livrant des paniers

sur commande) et « Alter Conso » (association de consommateurs passant commande en direct auprès de plusieurs producteurs) entrent dans cette catégorie. Dans tous les cas, le site Internet assure l'interface de vente, où le consommateur passe commande et, souvent, effectue son règlement. Ensuite, les produits sont livrés aux consommateurs, soit à domicile, sur un point de livraison (épicerie ou bar de quartier) ou encore sur leur lieu de travail. Il y a donc activation de la proximité géographique entre producteurs et consommateurs, le site Internet la rendant lisible et l'organisation des livraisons la rendant accessible. En outre, certains e-circuits-courts se caractérisent par la revendication d'une dimension éthique : soutien d'une agriculture « paysanne » locale dans Alter Conso par exemple. Il y a ainsi construction d'une proximité relationnelle fondée sur des valeurs partagées entre les producteurs et les consommateurs, dont le site Internet se fait le média.

En définitive, dans le premier cas Internet sert essentiellement à renforcer la communication (proximité relationnelle) et apporter un accès supplémentaire à des consommateurs éloignés (proximité fonctionnelle) pour des productions issues d'espaces ruraux à forte identité territoriale. Dans le second cas, Internet permet le développement de nouveaux modes de circuits courts. Ce média contribue à rendre fonctionnelle une proximité géographique existante entre des producteurs et des consommateurs urbains en la rendant lisible, tandis que les intermédiaires (privés ou collectifs) organisent les livraisons. En outre, l'écran d'ordinateur devient médiateur d'une proximité relationnelle construite, non seulement parce que les consommateurs peuvent « visiter » les fermes des producteurs présentées sur le site, mais également par l'élaboration d'un discours et d'un graphisme porteurs de valeurs partagées.

2. L'approvisionnement local dans la restauration collective en Rhône-Alpes : une logistique à construire

L'approvisionnement local dans la restauration collective représente aujourd'hui une demande sociétale forte. Relayant cette attente, les collectivités territoriales mobilisent leurs compétences et leurs moyens autour de cette problématique : depuis peu les politiques et projets territoriaux pour l'approvisionnement local se multiplient. Dans ce cas de circuit court, le consommateur ne rencontre pas directement le producteur. Toute une série de médiateurs interviennent : cuisiniers, prestataires de services, collectivités territoriales qui communiquent sur l'évènement, etc. Comment s'exprime alors la proximité, en quoi consiste-telle ?

L'inventaire des réalisations existantes en Rhône-Alpes montre qu'en pratique, la structuration de ces circuits courts butte pour l'instant sur les contraintes logistiques propres au métier de la restauration collective. Trois contraintes principales caractérisent en effet ce secteur professionnel. D'abord, visant à servir des volumes de repas à prix très modestes (pour les cantines scolaires, d'entreprises, les hôpitaux, etc.), il est régi par une recherche d'approvisionnement à prix très bas. Ensuite, le fonctionnement de ces restaurants exige des apports réguliers et planifiés qui doivent être sécurisés. Les menus étant prévus à l'avance, la capacité d'adaptation est limitée en cas de non livraison d'un ingrédient important. Enfin, les restaurants collectifs fonctionnent avec des produits livrés après avoir subi une première étape de transformation : une viande découpée spécifiquement pour les plats envisagés, les légumes peuvent être lavés, pelés et prédécoupés, etc.

Dans ce contexte, de grands groupes se sont spécialisés pour proposer une offre adaptée à ces contraintes à des prix bas, s'approvisionnant essentiellement sur le marché international (comme Pomona ou Sodexo). Et les organisations de producteurs régionaux se sont détournées de ces marchés jugés trop peu rémunérateurs. Malgré l'injonction publique, les restaurateurs ont de ce fait beaucoup de difficultés à trouver des fournisseurs en produits

locaux capables de répondre à leurs exigences. Les quelques expériences existantes en Rhône-Alpes montrent la nécessité de structurer un approvisionnement propre à ce secteur d'activités, dont les modalités organisationnelles sont différentes selon que les restaurants sont de statut privé ou public.

Un restaurant d'entreprise privée servant un ensemble d'organismes de Lyon développe une politique volontariste en terme d'approvisionnement local. Dès son ouverture, en 2007, il se fournit en viande chez un boucher-grossiste local qui lui-même s'approvisionne dans la région. Le prix de cette viande étant supérieure à celle des autres fournisseurs, la valorisation est assurée en la proposant aux convives sous forme de pièces nobles, à griller, pour un supplément de un euro par repas. Suite à l'arrêt d'activité de ce grossiste, un autre est trouvé, travaillant avec un abattoir de l'Ain. La traçabilité de cette nouvelle filière d'approvisionnement est organisée par l'interprofession bovine régionale et formalisée par un identifiant « Agricultures Rhône-Alpes ». Le restaurant peut ainsi communiquer explicitement sur sa démarche et informer les convives lorsque du bœuf régional est servi. Mais encore une fois, le grossiste cesse son activité au début de l'année 2009. Le restaurant décide alors de continuer de travailler directement avec l'abattoir engagé dans la démarche. Celui-ci doit donc prendre en charge des compétences qui n'étaient pas les siennes : la découpe, la préparation, la livraison de la viande. Cette transition ne se fait pas sans erreurs, comme la livraison de pièces pour le pot au feu non découpées, ou de tripes qui n'étaient pas précuites. Si jusqu'à présent le restaurant a pu s'adapter à ces aléas, grâce à la compétence du chef cuisinier et à la réactivité de la petite équipe, la pérennité de ce fonctionnement reste conditionnée à la professionnalisation de l'abattoir. Outre le cas de la viande bovine, le restaurateur parvient également à se fournir en d'autres produits qu'il considère comme « régionaux », qu'il paie pour cela un peu plus cher, mais les solutions restent imparfaites. Malgré toutes ces difficultés, ce restaurateur maintient son projet de développer l'approvisionnement local parce que soutenu par ses clients, par convictions propres et parce que les repas servis correspondent au haut de gamme de la restauration collective.

Pour les restaurants scolaires ou hospitaliers publics, la contrainte économique est encore plus forte et les moyens humains dont disposent les cuisiniers ne sont pas toujours aussi élevés que dans les entreprises privées. En revanche dans ce cas les collectivités territoriales et autres organismes de développement peuvent intervenir. Leur mobilisation peut jouer un rôle facilitateur dans la construction de l'approvisionnement, comme dans l'exemple de l'initiative portée par l'ADAYG¹⁰, sur le territoire de l'Y Grenoblois. L'association, soutenue par des financements publics, a pu accompagner la structuration d'une filière viande bovine ainsi que la traçabilité des fruits et légumes locaux par une marque territoriale « Terre d'Ici » identifiant les productions issues de ce territoire administratif. Pour aller plus loin dans la structuration logistique, un projet de construction d'une « légumerie », pour assurer la transformation préliminaire des légumes locaux et fournir les restaurants collectifs est en cours de construction.

Ainsi, en Rhône-Alpes, la proximité géographique existante entre des espaces de productions diversifiées, qui pourraient permettre d'alimenter une partie de la consommation régionale via la restauration collective, doit être rendue fonctionnelle par la construction d'une logistique adaptée. La question logistique devient centrale. L'enjeu de structuration nécessite un accompagnement collectif et des soutiens financiers. Si les collectivités territoriales peuvent y contribuer, la question des délimitations devient rapidement contraignante. Chaque territoire administratif définit « sa » proximité à ses propres frontières, parfois matérialisée par un identifiant ou marque territoriale. Le partenariat entre les organisations agricoles existantes, les professionnels de la restauration collective et les

¹⁰ Association pour le Développement de l'Agriculture dans l'Y Grenoblois.

collectivités territoriales semble nécessaire pour assurer une gouvernance efficace pour la structuration de ces systèmes alimentaires en construction. En outre, dans les exemples cités ici, on observe une reconstruction de la proximité relationnelle entre les producteurs et les consommateurs par l'organisation de visites des producteurs dans les lieux de restauration. Ces moments d'échanges permettent, de manière événementielle (dégustations, présentation-questions avec les enfants, etc.), de matérialiser la provenance locale, venant « du producteur », des produits servis par le restaurant.

* * *

Ces deux modalités de circuits courts où le lien entre producteurs et consommateurs est distendu montrent la nécessité d'activer la proximité géographique pouvant exister entre production et consommation pour la rendre fonctionnelle. Il s'agit de rendre l'offre locale lisible et accessible pour les consommateurs et/ou de construire une logistique adaptée aux contraintes de la restauration collective (proximité fonctionnelle). Il s'agit également d'orienter ou de construire les différents types d'offre adaptées aux différents publics cibles (proximité relationnelle). En cela, les intermédiaires jouent un rôle structurant, qu'ils soient des professionnels et/ou des médiateurs du lien comme Internet ou comme une marque territoriale.

CONCLUSION

Le cadre d'analyse par la proximité permet donc à la fois d'appréhender la caractéristique commune de ces circuits – la valorisation d'une proximité entre producteurs et consommateurs - et de décliner leurs différentes modalités – proximité géographique, organisée, fonctionnelle, délai, etc. De fait, dans le cas de la filière fruits, la proximité est construite par des intermédiaires professionnels de la filière, dans une échelle délimitée par un délai de livraison permettant le maintien de la fraîcheur des fruits, donc d'une qualité différente des autres circuits. Dans le cas de la restauration collective, la question de la logistique devient centrale ainsi que celle de la gouvernance territoriale. Si l'injonction politique est en effet aujourd'hui très grande, chaque territoire administratif définissant « sa » proximité à ses propres frontières, l'organisation d'un approvisionnement local répondant aux exigences spécifiques de la restauration collective reste à construire. Enfin, dans le cas de la vente par Internet, la proximité fonctionnelle est fondatrice (liée au service) tandis que plusieurs proximités relationnelles peuvent être construites : proximité affective mobilisée par les sociétés qui expédient des « paniers savoyards » aux citoyens de l'autre bout de la France, proximité de valeurs entre producteurs et consommateurs défendant un modèle d'agriculture.

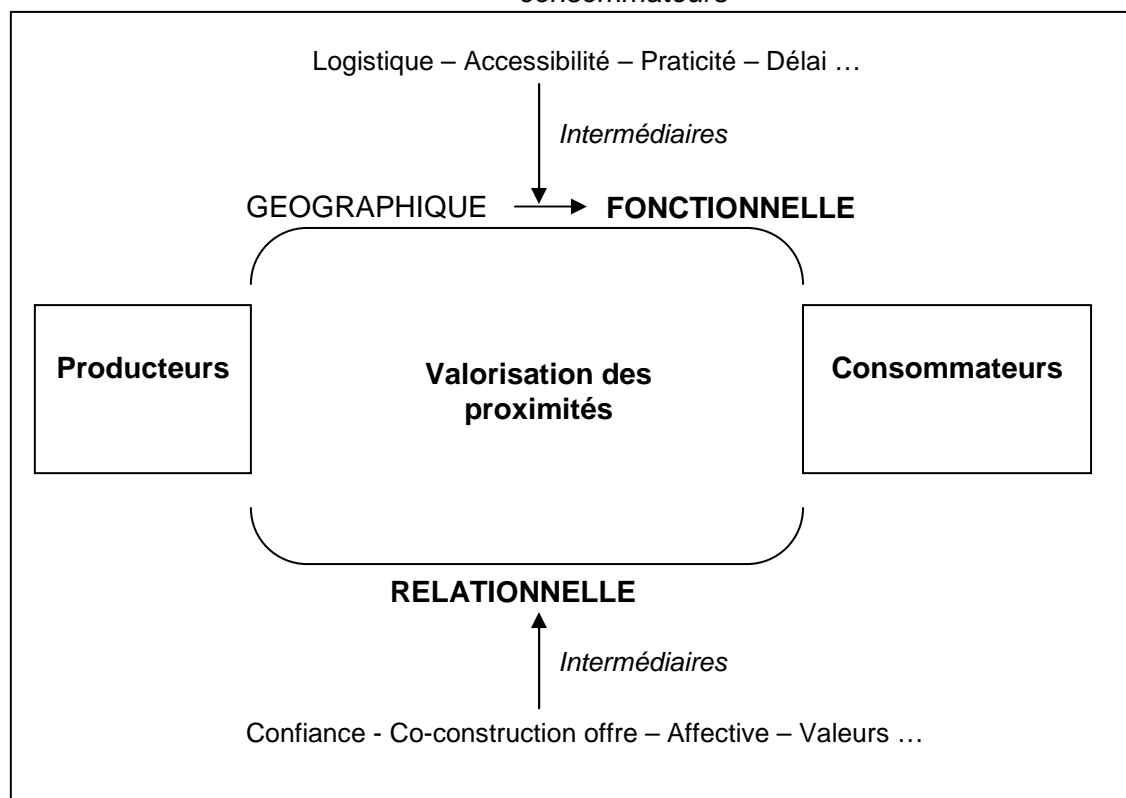
Les trois cas étudiés ici témoignent de l'importance de la question de l'activation de la proximité géographique pour la rendre fonctionnelle. De fait, même dans le cas de la vente directe des fruits, la proximité géographique seule ne suffit que rarement au fonctionnement d'un circuit court. Les différentes configurations organisationnelles de ces cas montrent qu'il existe une diversité de manières de l'activer. Les modalités mises en œuvre dépendent alors des caractéristiques de la production (caractéristiques du produit, aptitude au stockage, quantité de l'offre), de la demande (type de consommation, qualité ou valeurs recherchées, quantité, etc.) et de ce qui les sépare ou les rapproche, donc des conditions de proximités préexistantes (infrastructures de transport, logistique, accessibilité, organisation, valeurs partagées, etc.).

Le rôle des intermédiaires apparaît alors central pour l'activation de la proximité géographique, assurant des fonctions aussi variées que nécessaires, telles que la logistique,

le transport, l'allotement des produits, la découpe ou transformation, la restauration, les livraisons, etc. Ces fonctions relèvent en effet de compétences, savoirs et équipements professionnels, que les producteurs et les consommateurs seuls ne peuvent naturellement pas toujours prendre en charge. Les intermédiaires professionnels des différentes filières possèdent ces compétences et moyens, et sont ainsi des acteurs dont les fonctions doivent être reconnues.

La proximité relationnelle n'est en revanche pas toujours reconstruite lorsque le lien producteur-consommateur est distendu. Il semble qu'elle le soit essentiellement lorsqu'elle participe à la qualification de l'offre, donc à la réussite de la transaction marchande et de la viabilité économique du circuit court. En effet, dans le cas de la vente des fruits par les détaillants régionaux, le lien relationnel entre producteurs et consommateurs n'est pas reconstruit parce que finalement la proximité de délai permet une différenciation suffisante des fruits, par leur fraîcheur et maturité. Dans les autres cas, la proximité relationnelle est reconstruite, soit par un identifiant territorial (dans la restauration collective), par des rencontres avec les producteurs, par des informations sur les exploitations ou par la revendication de valeurs éthiques, toujours dans une perspective d'asseoir la confiance et de fidéliser les consommateurs. Ici encore, le rôle des intermédiaires est important. Leur engagement dans la construction et la médiation de la proximité relationnelle entre producteurs et consommateurs est déterminant.

Figure n°1: Cadre d'analyse des circuits courts par la proximité entre producteurs et consommateurs



Partant de ces premiers résultats et discussions, la figure 1 propose une représentation d'un cadre d'analyse des deux grands types de proximité, fonctionnelle / relationnelle, entre producteurs et consommateurs sous-tendant le fonctionnement des circuits courts. Il permet de s'appliquer à une grande diversité de cas, puisque l'approche développée ici montre

finalement que seule l'analyse de chaque type de circuit court, avec ses particularités et ses contraintes propres, permet de le « délimiter » tant géographiquement qu'en nombre d'intermédiaires, et de définir le contenu des proximités qui font sens et valeur pour ses acteurs. Etant donné les fonctions qu'ils peuvent assurer dans la construction de celles-ci, les intermédiaires ont également été représentés comme constitutifs du cadre d'analyse.

Cette proposition théorique s'inscrit dans le débat scientifique portant actuellement sur les circuits courts et la relocalisation des filières alimentaires. Elle nous semble en effet intéressante pour offrir un cadre d'analyse adaptable à la diversité des situations existantes et non borné par les définitions préétablies des circuits courts. En effet, comment dénommer l'approvisionnement local de la restauration collective qui mobilise plus d'un intermédiaire ? Même question pour ce qui concerne l'approvisionnement régional des détaillants et primeurs ? La notion de « circuits de proximité », définissant des circuits de commercialisation où la logique structurante est la valorisation d'une proximité entre producteurs et consommateurs pourrait-elle permettre d'englober ces objets qui dépassent la définition des circuits courts mais qui s'imposent aujourd'hui comme une nouvelle modalité pour relocaliser les filières alimentaires ? Parler de « circuits de proximité » permettrait, par exemple, de reconnaître le rôle positif des intermédiaires dans le développement des filières localisées. Les questionnements sont posés, il nous reste à avancer encore dans les analyses de cas et à multiplier les terrains pour préciser nos réflexions...

Bibliographie

- BELLET M., KIRAT T., LARGERON C., eds., 1998. *Approches multiformes de la proximité*, Paris, Hermès Sciences, 345 p.
- BERNARD C., DUFOUR A., MUNDLER P., 2008. "Pratiques collectives de vente directe: approche comparée des PVC et des AMAP en Rhône-Alpes", in MARECHAL G., *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*, Dijon, Educagri Editions, pp. 141-160.
- BOUBA-OLGA O., GROSSETTI M., 2008. Socio-économie de proximité, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, no. 3, pp. 311-328.
- CHAFFOTTE L., CHIFFOLEAU Y., 2007. Vente directe et circuits-courts: évaluations, définitions et typologie, *Les Cahiers de l'Observatoire CROC, INRA, Montpellier*, no. 1, p. 8.
- CHIFFOLEAU Y., 2008. "Les circuits courts de commercialisation en agriculture: diversité et enjeux pour le développement durable", in MARECHAL G., *Les circuits courts alimentaires*, Dijon, Educagri Editions, pp. 21-30.
- DELFOSSÉ C., 1992. *La France fromagère*, Thèse pour le nouveau doctorat, Paris, Université de Paris I – Panthéon Sorbonne, 2 tomes, 343 et 170 p.
- DELFOSSÉ C., BERNARD C., 2007. Vente directe et terroir, *Méditerranée*, no. 109, pp. 23-29.
- DENECHERE F., DURAND G., MARECHAL G., 2008. "Systèmes alimentaires territorialisés: les circuits courts comme vecteurs de développement territorial", in MARECHAL G., *Les circuits courts alimentaires*, Dijon, Editions Educagri, pp. 161-174.
- DIRY J. P., 1985. *L'industrialisation de l'élevage en France. Economie et géographie des filières avicoles et porcines*, Ophrys, 680 p.

- DUBUISSON-QUELLIER S., LAMINE C., 2004. Faire le marché autrement. L'abonnement à un panier de fruits et de légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs, *Sciences de la société*, no. 62, pp. 145-167.
- DUBUISSON-QUELLIER S., LAMINE C., LEVELLY R., 2008. *Is the consumer soluble in the citizen? Engagements in alternative food systems en France*, 2nd Sustainable Consumption Conference, Arlon, Belgium, 27-30 may, 25 p.
- DUPUY C., BURMEISTER A., 2003. *Entreprises et territoires, Les nouveaux enjeux de la proximité*, *Les études de la documentation française*, Paris, La documentation française, 136 p.
- DURBIANO C., 1997. *Le Comtat et ses marges, crises et mutations d'une région agricole méditerranéenne Aix-en-Provence*, Publications de l'Université de Provence, 217 p.
- FILIPPI M., TORRE A., 2003. Local organization and institutions. How can geographical proximity be actived by collective projects?, *International Journal of Technology Management*, vol. 26, no. 2-4, pp. 386-400.
- FOURCADE C., 2006. *Des dynamiques de proximité innovantes: le cas des SYAL en France*, 3ème colloque international du réseau SYAL: ALTER 06 "Alimentacion y Territorios", Baeza (Espagne), 18-21 oct, 21 p.
- GIGON N., CREVOISIER O., 1999. Internet et la recomposition territoriale des relations dans l'agriculture Suisse, *The Canadian Geographer*, vol. 43, no. 2, pp. 152-160.
- GILLY J. P., PECQUEUR B., 2000. "Régulation des territoires et dynamiques institutionnelles de proximité: le cas de Toulouse et des Baronnie", in GILLY J. P., TORRE A., *Dynamiques de proximité.*, Paris, L'Harmattan, pp. 131-164.
- GILLY J. P., TORRE A., eds., 2000. *Dynamiques de proximité*, Paris, L'Harmattan, 301 p.
- HERAULT-FOURNIER C., PRIGENT-SIMONIN A.-H., 2005. *La dimension relationnelle de la qualité des produits alimentaires*, Communication pour le symposium international "Territoires et enjeux du développement régional", Lyon, 9-11 mars, p.
- HERAULT-FOURNIER C., PRIGENT-SIMONIN A.-H., 2006. *Le rôle de la confiance personnelle dans les relations directes producteurs consommateurs*, Séminaire de Recherche Réseau Economie Sociale et Solidaire, 8 juin, p.
- LACROIX A., MOLLARD A., PECQUEUR B., 2000. Origine et produits de qualité territoriale, du signal à l'attribut ? *RERU*, n°4, pp. 683-706.
- LAMINE C., PERROT N., 2008. *Les AMAP: un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs?* Gap, Yves Michel, 163 p.
- LESCUREUX F., 2003. *Les relations des agriculteurs au territoire au travers de la vente directe et de l'accueil à la ferme. Le cas de la région des Monts de Flandres*, thèse de doctorat, Thèse de doctorat, Lille, Université des sciences et technologies de Lille, 2 tomes, 315 et p.
- MARECHAL G., 2008. "Introduction", in MARECHAL G., *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*, Dijon, Editions Educagri, pp. 11-17.
- MARECHAL G., ed., 2008. *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*, Dijon, Educagri Editions, 214 p.
- MINVIELLE P., CONSALES J.-N., 2006. *Le développement des AMAP dans les Bouches du Rhône: de nouveaux SYAL*, Communication au IIIè congrès international de la Red SIAL, "Alimentation et Territoires", Baeza (Espagne) p.
- MUCHNIK J., SANZ-CANADA J., TORRES-SALCIDO G., 2008. Systèmes agroalimentaires localisés: état des recherches et perspectives, *Cahiers Agricultures*, vol. 17, no. 6, pp. 513-519.

- MUNDLER P., 2007. Les Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité, *Ruralia*, no. 20.
- PECQUEUR B., ZIMMERMANN J.-B., 2004. *Economie de proximités* Paris, Hermès-Science, 264 p.
- POUZENC M., BULHER A.-E., COQUART D., GIROU S., FONTORBES J.-P., MONDY B., OLIVIER V., PILLEBOUE J., VINCQ J.-L., 2007. *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs: Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées*, UMR Dynamiques Rurales, Toulouse, avril, 267 p.
- PRALY C., CHAZOULE C., DELFOSSE C., PLUVINAGE J., 2007. SYAL et relocalisation des agricultures européennes, une application à l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône, *Economies et Sociétés, Série « Systèmes agroalimentaires »*, n°29, pp. 1547-1566.
- PRALY C., CHAZOULE C., 2008. *L'ancrage territorial des exploitations au travers des stratégies de valorisation, exemples à partir de l'arboriculture de la Moyenne Vallée du Rhône*, Communication au séminaire PAPPET du Cluster 9 Rhône-Alpes, Lyon, 9-10 déc.
- RALLET A., TORRE A., 2004. Proximité et localisation, *Economie Rurale*, no. 280, pp. 25-41.
- TORRE A., 2004. Introduction: proximité et territoires, *Economie Rurale*, no. 280, pp. 2-7.
- VAUDOIS J., 1985. Marchés physiques et organisation du marché des fruits et légumes frais dans les pays de la CEE: Le rôle des marchés aux enchères dégressives, *Economie Rurale*, no. 165, pp. 12-17.
- VERNIN X., 2007. L'approvisionnement local par les producteurs: Importance et perception des professionnels pour les circuits courts, *Infos-Ctifl*, no. 235, pp. 13-16.
- VERNIN X., BAROS C., 2007. *Les productions maraîchères de ceinture verte, Valorisation de la proximité par les circuits courts* Paris, Ctifl, 78 p.