

LES FILIÈRES COURTES DE PROXIMITÉ AU SEIN DU SYSTÈME ALIMENTAIRE FRANCIEN

DES CIRCUITS COURTS AUX FILIÈRES COURTES DE PROXIMITÉ



DÉCEMBRE 2015

8.11.016

978-2-7371-1976-7



www.lau-idf.fr



IAU

INSTITUT
D'AMÉNAGEMENT
ET D'URBANISME

* ile.de France

LES FILIÈRES COURTES DE PROXIMITÉ AU SEIN DU SYSTÈME ALIMENTAIRE FRANCILIEN

FASCICULE 1 : DES CIRCUITS COURTS AUX FILIÈRES COURTES DE PROXIMITÉ

Décembre 2015

IAU île-de-France

15, rue Falguière 75740 Paris cedex 15
Tél. : + 33 (1) 77 49 77 49 - Fax : + 33 (1) 77 49 76 02
<http://www.iau-idf.fr>

Directrice générale : Valérie Mancret-Taylor

Département Environnement : Christian Thibault, directeur de département

Étude réalisée par l'équipe filières courtes de proximité : Laure de Biasi, Alexandra Cocquière, Carole Delaporte,

Elisabeth Faguer, Cécile Mauclair, Lydia Mykolenko, Corinne Ropital, Laure Thévenot

Fascicule réalisé par Laure de Biasi

Cartographie réalisée par Laetitia Pigato

Maquette réalisée par Stéphanie Sisoutham

N° d'ordonnancement : 8.11.016

Crédit photo de couverture : L. de Biasi

Les définitions et concepts se multiplient pour décrire les modes de commercialisation et de consommation mettant en avant les liens entre producteurs et consommateurs. Le vocable le plus couramment utilisé est celui de circuits courts mais peu à peu d'autres apparaissent et semblent s'imposer.

L'objectif de ce fascicule est d'y voir plus clair et de proposer une terminologie adaptée aux enjeux franciliens. Le choix a été fait de parler de « **filières courtes de proximité** ». Cela intègre des dimensions multiples, mettant le focus sur les notions de filières, d'intermédiaires, de proximité. Ces notions sont étroitement liées aux rouages du **système alimentaire francilien**.

1. Qu'est-ce qu'un circuit court ?

Dans le langage courant, quand on parle de circuit court on y associe une multitude de pratiques traditionnelles ou plus innovantes (marchés, cueillettes, Amap, ...), se basant sur une relation forte entre le producteur et le consommateur et/ou une faible distance entre le champ et l'assiette. Les travaux fondateurs de Parker (2005) s'appuient en particulier sur cette double approche géographie/nombre d'intermédiaires.

D'autres critères peuvent également entrer en ligne de compte, relevant davantage de la valeur morale ou éthique que l'on attache à ces pratiques : la nature de l'engagement entre le producteur et le consommateur (soutien de l'agriculture paysanne pour les Amap), la durabilité des pratiques, la nature des intermédiaires (la restauration collective, la grande distribution sont-elles des intermédiaires potentiels ?).

Une définition officielle a été donnée par le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du territoire dans le plan d'action pour développer les circuits courts en juin 2009.

La définition « officielle » des circuits courts

Un circuit court est 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.

Quelques exemples de vente directe du producteur au consommateur :

- ▶ la vente à la ferme (panier, cueillette, marché à la ferme, etc...),
- ▶ la vente collective (point de vente collectif ou panier collectif),
- ▶ la vente sur les marchés,
- ▶ la vente en tournées ou à domicile,
- ▶ la vente par correspondance (internet, etc...),
- ▶ la vente organisée à l'avance (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne - Amap).

Quelques exemples de vente indirecte avec un seul intermédiaire :

- ▶ la restauration (traditionnelle, collective,...)
- ▶ un commerçant-détaillant (boucher, épicerie de quartier, GMS, etc...)

Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs, Plan d'action pour développer les circuits courts, juin 2009

Cette définition s'appuie uniquement sur le nombre d'intermédiaires (zéro ou un). Elle a l'avantage d'être claire et quantifiable. C'est sur elle que s'appuient les questions ayant trait aux circuits courts dans le recensement agricole de 2010 (dans le recensement précédent, en 2000, seule la vente directe était étudiée : zéro intermédiaire). Cela permet de comparer objectivement les filières, les régions et de souligner les évolutions.

Elle met l'accent sur le faible nombre d'intermédiaires et donc la forte interaction entre agriculteurs et consommateurs. Dès lors, dans la pratique, il est souvent fait un rapprochement entre approvisionnement direct et production locale. Il s'agit bien néanmoins de deux objets distincts. Le droit de la commande publique – qui s'applique notamment en matière de restauration collective dans le cadre d'un service public – permet d'utiliser des critères de sélection visant la performance en matière d'« approvisionnements directs de produits de l'agriculture ». En revanche, il ne permet pas de favoriser la proximité géographique en tant que telle. La combinaison d'autres critères visant la fraîcheur des aliments et les performances environnementales, par exemple, concourra toutefois à valoriser *in fine* l'approvisionnement local.

► Pour aller plus loin : Carnet LIPROCO n°1

2. Des circuits courts aux filières courtes de proximité

Alors que les circuits courts ont été récemment définis officiellement, la notion semble déjà quelque peu dépassée. Il s'avère en effet difficile de définir précisément et de surcroît de normer et d'encadrer ces pratiques face à leur diversité et à une innovation permanente.

D'autres concepts émergent : circuits de proximité, filières territorialisées... l'accent est mis sur le lien au territoire et sur les jeux d'acteurs; la notion de gouvernance alimentaire émerge de plus en plus.

Le nouveau règlement Feader (règlement UE n° 1305/2013 du 17 décembre 2013) traite à plusieurs endroits à la fois des circuits d'approvisionnement courts et des marchés locaux. Par ailleurs, la loi d'avenir pour l'agriculture du 13 octobre 2014 aborde en même temps développement des « circuits courts et de la proximité géographique entre producteurs agricoles, transformateurs et consommateurs ». Preuves que la seule notion de circuits courts ne répond plus aux objectifs des politiques publiques alimentaires.

Pour l'Île-de-France la proposition faite par l'IAU îdF, et retenue par le comité de pilotage, a été de ne pas se restreindre aux seuls « circuits courts » mais d'étendre la réflexion à des pratiques englobant mieux les enjeux franciliens.

En effet, la problématique en Île-de-France se pose sous la forme d'un double enjeu :

- d'un côté, **soutenir, valoriser l'agriculture francilienne** et voir comment les pratiques de circuits courts ou autres démarches semblables peuvent y contribuer ;
- à l'autre bout de la chaîne, **assurer un approvisionnement alimentaire durable, diversifié et de qualité à tous les Franciliens**.

Pour mettre en lien ces deux enjeux, il paraît indispensable de mettre en avant la notion de des **filières alimentaires**, de la production agricole jusqu'à la consommation en intégrant les intermédiaires éventuels (transformation, distribution, logistique...).

Ces enjeux nous ont amenés à définir le concept de **filières courtes de proximité** :





FILIERES

► Prendre en compte tous les maillons potentiels de la chaîne :

producteurs,
transformateurs,
transporteurs,
distributeurs,
consommateurs

Plusieurs grandes filières mises en avant par leur importance en Île-de-France et/ou l'imminente nécessité de leur prise en compte :

Blé, fruits, légumes, lait, viande

COURTES

► Rapprocher producteurs et consommateurs (lien relationnel)

- Mieux rémunérer les agriculteurs, pour les tâches intermédiaires effectuées
- Répondre aux attentes de contact, de traçabilité, de sécurité alimentaire des consommateurs

Un nombre réduit d'intermédiaires :
zéro, un ou quelques intermédiaires... selon les filières

de PROXIMITE

► Rapprocher producteurs et consommateurs (lien géographique) :

Conforter les liens entre les habitants et leur territoire (image, identité, économie locale...)

Plusieurs échelles à considérer : du local (initiatives communales, intercommunales) à l'interrégional (à minima régions et départements limitrophes) pour prendre en compte les jeux d'acteurs dépassant l'Île-de-France (notamment le fonctionnement des IAA) en se focalisant sur l'échelle régionale pour impulser, soutenir, développer les démarches franciliennes

Une définition en phase avec les évolutions à venir au niveau européen.

Dans le cadre de la future programmation européenne, le Réseau rural français a travaillé sur les circuits alimentaires de proximité au niveau européen : il a mené une réflexion autour de la définition et des perspectives des circuits alimentaires de proximité dans les États membres et émis des préconisations. Il ressort que « Tous les pays ayant répondu ont fait part d'un glissement de la notion de circuits courts à celle de circuit de proximité incluant la dimension géographique, au-delà du lien entre les producteurs et les consommateurs. [...]La notion de « filière » est également de plus en plus prégnante. Il s'agit de penser les circuits alimentaires de proximité comme un système global, en accompagnant l'amont et l'aval de la filière et de coordonner les acteurs entre eux. Cette dimension « filière » permet de maintenir l'agriculture dans les territoires, de développer l'emploi et l'attractivité des zones rurales, et de créer des cercles vertueux, comme le soulignent certains pays. [...] On se dirige vers une acception commune des circuits alimentaires de proximité en Europe selon les critères suivants :

- Notion de territoires et de proximité spatiale ;
- Un nombre d'intermédiaires qui varie de maximum 1 à la nécessité de penser en termes de « filière » et donc d'ajouter des intermédiaires locaux (transformateurs, revendeurs) ;
- Notion de lien social fort et de relation de confiance entre les consommateurs et les producteurs/transformateurs/vendeurs, avec une demande de traçabilité forte ;
- Réponse à une demande sociétale de valoriser la production agricole locale et émergence de l'enjeu de sécurité alimentaire/santé publique ;
- Valorisation des agriculteurs et de leur travail.

Mais c'est une définition malléable qui doit s'adapter aux enjeux locaux.

Source Synthèse des réponses au questionnaire pour les réseaux ruraux : FEADER et circuits alimentaires de proximité, Réseau rural français, avril 2013

Focus sur la notion de filières et de nombre d'intermédiaires

La (re)structuration des filières, longues ou courtes, est indispensable pour l'avenir de l'agriculture francilienne. Renforcer les maillons franciliens (production et transformation en particulier) et les liens entre ces maillons est essentiel.

Les filières courtes de proximité participent à cette restructuration en tissant des liens entre acteurs franciliens. L'enjeu est d'aboutir à un système gagnant-gagnant pour tous les acteurs : les agriculteurs, les consommateurs avant tout mais aussi les acteurs intermédiaires impliqués.

Il s'agit le plus souvent d'assurer un meilleur revenu aux agriculteurs notamment en limitant les intermédiaires. Pour autant, leur nombre varie en fonction des filières, selon les transformations nécessaires à la commercialisation des produits. Pour les produits que l'on consomme majoritairement bruts, comme les fruits et légumes, les intermédiaires ne sont pas indispensables.

Pour la viande par contre, des étapes de transformation sont nécessaires (abattage, découpe). Pour la viande bovine en particulier, l'abattage ne peut se faire que dans des abattoirs spécialisés et agréés ; souvent c'est un boucher qui s'occupe ensuite de la découpe et la commercialisation. De même pour la filière blé panifiable, l'étape de meunerie se fait le plus fréquemment dans un moulin, puis la fabrication du pain et sa commercialisation chez un boulanger. Certains agriculteurs prennent en charge ces étapes en s'équipant d'un atelier d'abattage et de découpe (pour les volailles notamment) ou d'une meule et d'un fournil.

Travailler en circuit court implique pour l'agriculteur d'exercer plusieurs métiers : produire, mais aussi transformer, distribuer, communiquer.... Les agriculteurs mettent en avant les atouts économiques et aussi sociaux : diversité des tâches, contact avec les clients, meilleure écoute de leurs attentes... Toutefois cela peut s'avérer difficile en termes de charge de travail et de compétences.

Certains producteurs délèguent tout ou partie de ces tâches à des professionnels dont c'est le métier (par exemple la partie transport et /ou la commercialisation). Pour autant la logique de proximité peut être respectée : c'est le passage des circuits courts aux filières courtes de proximité : un intermédiaire de plus est introduit mais l'agriculteur préserve du temps pour son activité première de production ou pénètre sur certains segments de marché. Pour approvisionner la restauration collective par exemple, les volumes et la régularité requis permettent difficilement à un agriculteur de répondre seul. Un intermédiaire logistique peut utilement s'intégrer à la chaîne : il regroupe l'offre, éventuellement assure le transport.

Il s'agit donc de trouver un juste équilibre intégrant la motivation à être au contact des consommateurs, le temps de travail, les compétences, les tâches exercées et la rémunération.

Les filières courtes de proximité visent à créer des modes où l'humain, la viabilité économique et le local sont privilégiés. L'agriculteur prend en charge une partie des étapes intermédiaires. En retour, le temps et l'investissement consacrés doivent être correctement rémunérés apportant de la valeur ajoutée aux produits. Les intermédiaires sont toutefois possibles voire souhaitables pour certaines tâches.

Inversement, il faut garder à l'esprit qu'une relation directe entre producteur et consommateur, sans intermédiaire, ne signifie pas nécessairement proximité géographique (vente par correspondance, site internet...). Pour les filières courtes de proximité la proximité géographique compte tout autant que la proximité relationnelle.

Focus sur la notion de « proximité »

De quelle « proximité » parle-t-on ?

Fondements théoriques sur la notion de proximité

La proximité est une notion étudiée principalement en économie, puis en marketing.

L'approche économique fait la distinction entre proximité géographique (distance physique entre les acteurs) et [proximité] organisationnelle ou socio-économique. Cette dernière peut être subdivisée en deux dimensions : la proximité d'appartenance (interaction entre acteurs facilitée par des règles communes) et la proximité de similitude (un lien créé par le partage d'un même système de représentations et de croyances).

En marketing, le concept de proximité a été utilisé pour étudier les relations entre un client et une enseigne de distribution alimentaire. Cinq dimensions de cette proximité peuvent être distinguées : la proximité d'accès, la proximité identitaire, la proximité relationnelle, la proximité de processus et la proximité fonctionnelle.

► Pour aller plus loin : Carnet LIPROCO n°2

Extrait de Les Carnets de Liproco n°2, juin 2010

Dans la présente étude le terme « proximité » renvoie à la **proximité géographique**, c'est-à-dire à une moindre distance entre le lieu de production et le lieu de consommation. Reste à définir l'échelle de cette proximité... d'une distance kilométrique ? d'un périmètre administratif ? Cette question est traitée un peu plus loin.

La proximité relationnelle n'est pas oubliée. Elle est soulignée par le terme « courtes » dans le vocable « filières courtes de proximité », comme explicité précédemment.



De nombreuses marques mettent en avant la proximité des produits, en région (Y grenoblois, Nord-Pas-de-Calais, Bretagne...) et en Île-de-France (marque régionale Saveurs Paris Île-de-France, marque du Parc naturel régional de Chevreuse, démarche Pain d'Yvelines...).

Proximité, circuit court, bio : la grande confusion

Produits locaux, vendus en circuits courts et bio sont de plus en plus plébiscités. Pour autant, les consommateurs ne font pas forcément la distinction et confondent souvent ces produits en un amalgame idéal « vert équitable et local », leur attribuant pêle-mêle des vertus économiques, sociales et environnementales : bons pour l'économie locale, l'environnement, la santé...

Ces produits renvoient pourtant à des notions bien distinctes :

- Les produits locaux ou de proximité renvoient à une distance géographique. Pas de définition officielle mais de multiples définitions des acteurs privés
- Les produits vendus en **circuits courts** renvoient à la relation au producteur et au **nombre d'intermédiaire** (zéro ou un).
Définition officielle du ministère de l'agriculture (plan d'action pour développer les circuits courts, 2009)
- Les **produits bio**, signe officiel de qualité, renvoient à un **cahier des charges encadrant un mode de production** très réglementé basé sur la non utilisation de produits chimiques de synthèse et d'OGM.
Officiellement reconnus par les Pouvoirs publics français par la loi d'orientation agricole de 1980 (cahiers des charges nationaux) avant d'être régis au plan européen (1991). Depuis 2009, les opérateurs bio européens disposent d'une réglementation harmonisée (règlement cadre (CE) n°834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 et du règlement d'application (CE) n°889/2008 de la Commission du 5 septembre 2008).

Il faut garder en mémoire que le moteur principal d'achat reste le prix... d'autant plus en période de difficultés économiques.

L'accessibilité financière de ces produits interroge : contrairement à ce que l'on pourrait parfois penser ces produits ne sont pas moins chers, en raison notamment des coûts de main-d'œuvre.

D'après l'enquête Ipsos réalisée en février 2014 pour Bienvenue à la ferme sur « Les Français et le consommateur local », le prix se révèle même être un frein important à l'achat de produits locaux (mentionné par 62% des personnes interrogées).

Enfin, si la qualité des produits se trouve généralement favorisée par ces modes de faire, ils n'en apportent pas la garantie absolue. La qualité sanitaire minimale des produits est certes définie par différents textes réglementaires (règlement et directives européens, décrets nationaux) mais la qualité gustative dépend de bien des paramètres : variétés choisies, pratiques culturales, taux d'ensoleillement, maturité, fraîcheur...

Chez les consommateurs... la proximité a le vent en poupe

Les consommateurs expriment de plus en plus leur attrait pour les produits de proximité. Jusqu'à la fin des années 2000 on parlait surtout du bio porté par le Grenelle de l'environnement, identifié parmi les attentes et les pratiques de consommation montantes. Dorénavant la proximité et la relation au producteur s'affichent également parmi les attentes des consommateurs. Le plan national de l'alimentation et son plan d'action pour les circuits courts en 2009 ne s'y sont pas trompés : une nouvelle aspiration émerge et se développe.

Des enquêtes sur « Les Français et leur alimentation », réalisées en 2009 et 2010 par le cabinet Cegma Topa montrent ainsi que près des trois quarts de nos concitoyens préfèrent consommer des produits de proximité. La part des Français s'approvisionnant directement chez des producteurs locaux (au moins occasionnellement) a augmenté, de 68% en 2009 à 73% en 2010.

En 2011 cette tendance semble se confirmer. Selon une étude réalisée par BVA pour Metro Cash & Carry France en octobre 2011, 81% des français interrogés achètent ou consomment (toujours, le plus souvent ou parfois) des produits alimentaires fabriqués localement. 49% des Français achètent même régulièrement des produits locaux. Seulement 4% disent ne jamais acheter de produits locaux et 3% ne pas connaître l'origine des produits achetés.

Même si peu d'enquêtes ont été réalisées, les Franciliens semblent suivre cette tendance. Un sondage Viavoice pour la Région réalisé en 2011 affirme ainsi que pour soutenir la production locale et limiter les coûts de transports, il arrive à 55% des Franciliens de choisir en priorité des produits issus de la région Île-de-France (cette proportion allant même jusqu'à 84% pour les communes rurales franciliennes).

Une enquête nationale Ipsos réalisée en février 2014 pour Bienvenue à la ferme sur « Les Français et le consommer local » renseigne sur les motivations et les perspectives du consommer local. Un Français sur deux déclare en effet « ne plus trop savoir de quoi se composent les produits qu'il consomme et qu'il est difficile de se sentir « entièrement rassuré ». En termes de réassurance quant à la qualité des produits la relation directe au producteur arrive en tête (23%) puis, les signes de qualité -Label rouge, AOP, IGP, STG- (16%), l'origine du produit (15%), la fabrication « locale » (9%) puis le bio (8%).

Les principaux bénéfices attribués aux produits alimentaires locaux sont :

- De faire marcher l'économie locale et d'aider les producteurs locaux ;
- De s'assurer de l'origine des produits ;
- D'avoir des produits de meilleure qualité ;
- D'avoir des produits qui ont meilleur goût.

Les dimensions « équitable » et « développement territorial » sont mises en avant, ainsi que la qualité des produits (qualité intrinsèque, origine et goût).

La consommation de produits locaux est entrée dans les habitudes : 41% des Français déclarant en acheter souvent ou très souvent. Cette tendance semble s'inscrire sur le long terme : 6 Français sur 10 prévoient ainsi d'augmenter leur consommation dans les 6 prochains mois.

Les acteurs de la distribution ne s'y sont pas trompés. La proximité est devenue un argument de vente marketing. Chaque enseigne a développé sa propre approche de la proximité (de 30 km à une aire régionale ou Île-de-France et régions limitrophes) et organisé la mise en scène des producteurs approvisionnant les magasins.

La notion de produits de proximité peut toutefois être ambiguë chez le consommateur. Il peut en effet y avoir une confusion entre les produits provenant de zones de production proches et des produits que l'on peut trouver à côté de chez soi dans des commerces indépendants de proximité ou des magasins d'enseigne de grande distribution ayant développé des formats dits « de proximité » qui mettent en avant les « produits frais » au plus près de « chez » soi... mais qui proviennent souvent de bien loin.

Sondage « Les produits alimentaires fabriqués localement » réalisé par BVA pour Métro en octobre 2011 (échantillon de 1009 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus)

Baromètre « ce que pensent les Franciliens » pour le journal Île-de-France, Janvier 2012, réalisé par Viavoice pour le Conseil régional (Echantillon de 1009 personnes, représentatif de la population francilienne de 18 ans et plus.)

Enquête nationale Ipsos réalisée en février 2014 pour Bienvenue à la ferme sur « Les Français et le consommer local » (Echantillon de 1008 personnes, représentatif de la population francilienne de 18 ans et plus.)

Quelle échelle pour la proximité ?

La proximité est rarement définie de manière explicite en termes de distance chiffrée.

D'un point de vue législatif la seule référence chiffrée est celle définissant le « marché local » comme le secteur de commercialisation des produits dans un rayon de 80 km autour du site de production dans le cadre du Décret n° 2002-1468 du 12 décembre 2002 relatif aux modalités particulières de contrôle de la reconnaissance de qualité pour les producteurs agricoles et les artisans qui commercialisent leur production en petite quantité sur le marché local. Les opérateurs (agriculteurs...) peuvent alors bénéficier de modalités de contrôle spécifiques.

Quelques rares éléments chiffrés sont avancés par des associations ou mouvements de consommateurs à l'instar des mouvements locavores qui incitent à manger des produits locaux provenant d'un rayon de 100 miles / 160 km (chiffre le plus fréquemment retenu).

Qu'est-ce qu'un locavore ?

Un « locavore », est « une personne qui recherche des produits alimentaires locaux » définition du New Oxford American Dictionary en 2007. Le terme entre officiellement dans la langue française en 2010 (Larousse) sans préciser de distance. Dans la pratique, la distance pratiquée par les mouvements locavores varie : 160, 200 voire 250 km.

Le terme « locavore » est en fait apparu pour la première fois en 2005 à San Francisco lors de la journée mondiale de l'environnement, intitulée « Des villes vertes, un plan pour la planète ! », prononcé par Jessica Prentice, cuisinière américaine, écrivain, et militante.

Lors de cette journée, il est proposé aux résidents de San Francisco de manger seulement les aliments cultivés ou produits dans un rayon de 100 miles (160 kilomètres). L'expérience est lancée et fait des émules dans le monde entier.

En France, plusieurs initiatives se développent. Le concept a connu une certaine médiatisation avec l'émission de télé-réalité "200 km à la ronde", diffusée sur France 5 pendant l'été 2012. Elle montrait plusieurs familles de la région toulousaine qui s'étaient engagées à se nourrir dans un rayon de 200 km.

La proximité peut également renvoyer à un périmètre administratif : c'est le cas en Île-de-France avec la marque développée par le Cervia « Saveurs Paris Île-de-France » qui met en valeur les producteurs et les artisans franciliens.

À ces rares exemples près, la proximité n'a pas de définition ni officielle, ni usuelle. Et pour cause, la proximité est une notion relative et subjective, elle dépend :

- des filières considérées
- du contexte géographique (plus ou moins urbain, plus ou moins proche de zones de production)
- des acteurs en jeu : chaque acteur a sa propre définition de la proximité.

La proximité suit la géographie des aires de production des filières

La notion de proximité est étroitement liée à l'aire de production, au taux de couverture (rapport production sur consommation) et aux potentialités (climatiques...) à produire certains produits. Ainsi en Île-de-France, région fortement productrice de blé et dont la production théorique couvre largement les besoins des consommateurs, on peut voir une correspondance entre la proximité et le périmètre régional.

Par contre pour les légumes, les fruits et encore plus pour la viande et les produits laitiers, la région, peu productrice, est loin de couvrir les besoins de ses habitants. L'aire d'approvisionnement dépasse donc largement les frontières de la région voire du pays. La proximité suit la géographie des aires de production. Ainsi les légumes du Val de Loire peuvent être considérés comme des légumes de proximité pour les Franciliens, de même la viande et le lait de l'Ouest et du Nord de la France s'entendent comme des produits de proximité. Pour les fruits nous serions davantage sur une approche France entière.

Enfin pour certains produits, café, thé, chocolat, fruits exotiques, parler de proximité n'a pas de sens en Île-de-France.

Par ailleurs, pour certaines filières, la raréfaction de certains maillons intermédiaires sur le territoire francilien, en particulier la diminution voire la disparition des unités de transformation (abattoir, transformation de légumes...), conduit à devoir prendre en considération ce qui se passe dans les départements limitrophes. Pour les filières courtes de proximité, les agriculteurs et les consommateurs sont franciliens, les maillons intermédiaires, en particulier les maillons de transformation peuvent être limitrophes quand les équipements franciliens sont manquants ou trop peu nombreux.

Une perception différente de la proximité selon le contexte géographique

Les notions de temps de parcours, d'accessibilité, de modes de déplacement, de configuration du territoire entrent également en ligne de compte : un lieu proche mais inaccessible ne sera pas perçu comme un lieu de proximité. En Île-de-France, la proximité des lieux de production est ainsi biaisée par les problèmes de circulation et la configuration très urbaine du territoire : les distances se mesurent souvent en minutes plutôt qu'en kilomètres... la zone de chalandise des cueillettes est en province estimée à une trentaine de kilomètres ; en Île-de-France on l'estime à une trentaine de minutes...

Les différences de perception sont particulièrement prégnantes entre les communes rurales franciliennes et le cœur de l'agglomération. Ainsi dans les territoires ruraux, l'échelle de la proximité est perçue comme locale (la commune, quelques communes, tout au plus quelques dizaines de kilomètres). À Paris et dans l'agglomération centrale de la région, l'échelle de proximité est plus englobante, s'étendant à l'ensemble du territoire régional voire aux régions limitrophes : Val de Loire, Normandie, Champagne. Le cadre de vie rural ou urbain semble en toute logique influencer la perception du périmètre des produits dits de proximité : nous avons des champs tout autour de nous, nous les voyons, nous les traversons, les produits de proximité en proviennent. Inversement dans les secteurs très urbanisés et très peuplés où l'agriculture n'est plus présente, on élargit le cercle de ce que l'on perçoit comme étant de la proximité. L'échelle de la proximité perçue est en quelque sorte proportionnelle au degré d'urbanisation et du nombre d'habitants. Une étude réalisée par Tecomah et l'Inra pour la Driaaf sur la restauration collective en 2011 corrobore tout à fait ces résultats. Les acteurs interrogés sur leur perception ont une vision plus ou moins large selon leur implantation géographique. Ainsi, ils considèrent l'Île-de-France comme périmètre de proximité dans 78% des cas pour les acteurs parisiens et pour moins de 17% dans le Gâtinais, cette proportion se lissant à 45% si l'on considère l'ensemble des acteurs franciliens enquêtés (zones rurales et urbaines cumulées)¹.

*1 - Les filières alimentaires de proximité en Île-de-France : potentialités de débouchés dans la restauration collective, 2010
Etude Inra/Tecomah pour la Driaaf et rapports de stage*

Chaque acteur a sa propre définition de la proximité

Les acteurs du système alimentaire, en particulier les acteurs économiques de la distribution, se sont emparés de la question de la proximité... pour des raisons marketing. En l'absence de définition officielle, chacun avance sa propre définition.

Paroles d'acteurs : les acteurs du système alimentaire mettent en avant la proximité et le lien aux producteurs. Quelle est leur définition de la proximité?



Il est important de souligner que la proximité suscite peu d'intérêt en tant que telle mais renvoie toutefois une image, des valeurs porteuses. Ainsi, les acteurs économiques, agriculteurs ou distributeurs répondent avant tout à des logiques économiques. Dans cet esprit, ils s'intéressent à la proximité comme moyen de capter davantage de clientèle, d'améliorer leur image socialement, environnementalement. Les consommateurs recherchent à travers elle, la fraîcheur, la garantie de traçabilité, la connaissance du produit, du producteur...

Quel qu'en soit le motif initial, prendre en compte la proximité (re)donne du sens, à l'acte d'achat, au système alimentaire, voire participe à la construction de modèles alternatifs.

L'échelle est de fait corrélée à l'objectif recherché. Dans le cadre de cette étude, l'objectif est d'apporter des pistes à l'action publique de la Région Île-de-France en termes de soutien et de valorisation de ses agriculteurs, d'approvisionnement durable de ses consommateurs et pour ce faire, de soutien aux autres acteurs du système alimentaire (transformation, commerces indépendants...).

L'échelle de la proximité est donc ici celle du cadre de l'action publique concernée, à savoir la région Île-de-France. Pour autant, le fonctionnement du système alimentaire ne s'arrête pas aux frontières régionales (beaucoup de produits partent hors Île-de-France pour être transformés et y reviennent ensuite pour être consommés) et nécessite un regard plus global sur les départements voire les régions limitrophes...

À retenir

Les filières courtes de proximité en Île-de-France sont les filières mettant en lien les producteurs et les consommateurs franciliens par le biais d'un nombre d'intermédiaires réduit, franciliens ou issus des départements limitrophes quand les maillons franciliens sont déficients.

Le périmètre d'analyse de l'étude est par conséquent focalisé sur l'Île-de-France mais franchit les limites administratives pour comprendre comment le système alimentaire francilien utilise les équipements limitrophes (en particulier les industries agroalimentaires).

Les propositions d'actions présentées dans le fascicule 8 s'adressent au territoire et aux acteurs franciliens. Pour autant, elles s'articulent sur plusieurs échelles : locale (soutien, valorisation des initiatives territoriales), régionale (soutien et valorisation des acteurs des filières franciliennes), voire bassin parisien (réflexions sur des pratiques inter-régionales, notamment pour les IAA, les aires de collecte...).



INSTITUT
D'AMÉNAGEMENT
ET D'URBANISME



L'INSTITUT D'AMÉNAGEMENT ET D'URBANISME DE LA RÉGION D'ÎLE-DE-FRANCE
EST UNE FONDATION RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE PAR DÉCRET DU 2 AOÛT 1960.

15, RUE FALGUIÈRE - 75740 PARIS CEDEX 15 - TÉL. : 01 77 49 77 49