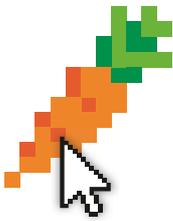




# Nouveaux circuits courts



Créées à l'origine comme un contre-modèle de la société de consommation, les Amap sont aujourd'hui bousculées par de nouveaux modèles de circuits courts, plus proches du système marchand classique.

Texte : Sandrine Boucher

**R**ançon du succès ou essoufflement du modèle, le développement des Amap (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne) semble atteindre ses limites. Lors de la deuxième rencontre nationale des paysans en Amap, en décembre 2013, les figures historiques du mouvement regrettaient ainsi une « *baisse des inscriptions* », « *un turn-over de plus en plus important* » des Amapiens qui deviennent surtout « *consommateurs* ». Bref, une perte de sens vis-à-vis de l'intention de départ (soutenir à long terme un agriculteur), mais aussi une lassitude des adhérents dont certains confient « *en avoir marre de manger du chou tout l'hiver!* »

## UN SYSTÈME ÉPROUVÉ

Si le système a fait ses preuves (6 000 agriculteurs liés à une Amap) et a ouvert la voie à une autre manière d'envisager le lien producteur-consommateur, il

a aussi contribué à l'émergence de modes de circuits courts qui cherchent à s'en distinguer en rompant avec le panier hebdomadaire imposé afin d'offrir un choix, tant en terme de produits, de quantités et de rythme d'approvisionnement ; et en profitant des possibilités des nouvelles technologies.

« *Nous avons souffert de l'image du panier-type* », reconnaît Vincent Leras, agriculteur bio et président du Biaupainier, association créée dès 2007 dans le Trièves (sud Isère), qui propose un système à la carte de produits bio et locaux « *correspondant mieux au territoire* » : une région rurale où les habitants disposent souvent d'un potager ou d'un poulailler. Les neuf producteurs-fondateurs de l'association sont désormais vingt, proposant une vaste gamme de légumes, sirops, farines, cosmétiques... Les agriculteurs et artisans s'y retrouvent, avec des frais de fonctionnement



de moins de 5%, chacun consacrant un temps de présence proportionnel au chiffre d'affaires qu'il réalise via le réseau. Le Biaupanier est directement inspiré de la Binée paysanne de Bretagne dont il a repris l'idée mais aussi le logiciel de gestion via Internet qui facilite la vie du consommateur (gestion des commandes) et du producteur (disponibilité du stock et même aide à la comptabilité). Depuis, la formule a fait des petits, avec trente réseaux créés, dont deux accompagnés par le Biaupanier.

#### **PLAISIRS POTAGERS VIRTUELS**

D'autres initiatives ont vu le jour, moins imprégnées d'une dynamique associative que d'un esprit d'entreprise, voire, dénoncent leurs contempteurs, marketing et capitaliste. Principal concurrent et source de colère des Amap (la polémique a éclaté cet été\*): la Ruche qui dit oui, concept lancé en septembre 2011 par un designer industriel passé par la cuisine et un communicant de la planète Web. Le réseau, qui a su obtenir des soutiens stratégiques et financiers importants, a connu une expansion fulgurante. Il revendique aujourd'hui plus de 300 points de distribution en France et en Belgique, 2 500 agriculteurs et artisans (bio ou non) et 60 000 clients (appelés "abeilles") actifs. Le principe: un responsable s'occupe de fédérer localement une communauté de producteurs et d'adhérents, ces derniers commandent ce qu'ils veulent, quand il veulent et payent en ligne, puis tout le monde se retrouve le jour de la distribution chez le responsable de la Ruche. Ce dernier et le site perçoi-

## **TOUT SE FAIT VIA INTERNET, Y COMPRIS LA COMPOSITION DE "SA" PARCELLE NOURRICIÈRE ET LA "PLANTATION" DES DIFFÉRENTES VARIÉTÉS**

vent une commission sur le montant des ventes (16,7% au total). Jean Dubois, horticulteur à Béthune, qui a ouvert une Ruche en juin dernier, n'y voit que des avantages: « *Les consommateurs n'ont pas besoin de faire le tour des ventes à la ferme pour s'approvisionner. Comme ils ont déjà payé, ils viennent juste avec leur sac et leur sourire. Pour les producteurs qui ne livrent que ce qui est vendu, c'est un gain de temps sans risque de perte et de gaspillage.* »

Plus récent encore, très ludique et nettement orienté en direction des urbains, monpotager.com, ouvert en septembre 2013 par un fils d'agriculteur formé à l'agronomie et au management, propose d'allier soutien à l'agriculture de proximité (par un abonnement à l'année), circuits courts et plaisirs virtuels du potager. Tout se fait via Internet, y compris la composition de "sa" parcelle nourricière et la "plantation" des différentes variétés, certaines anciennes ou originales. Les fruits et légumes sélectionnés sont cultivés par une vingtaine d'agriculteurs sur le principe de la protection biologique intégrée (lutte biologique tant que c'est possible; plus "classique" si nécessaire...). Une fois les récoltes



## ILS APPRÉCIENT LA QUALITÉ, LE PRIX, MAIS S'INTÉRESSENT PEU AU CONCEPT COOPÉRATIF ET AU FONCTIONNEMENT DES EXPLOITATIONS

**700**

le nombre defoyers  
ayant passé commande  
au Biaupanier depuis sa  
création en 2007

**60000**

les "abeilles"  
(clients actifs) de la  
Ruche qui dit oui

**80**

nombre de magasins  
de producteurs en  
Rhône-Alpes (150 à 200  
dans toute la France)



prêtes, l'adhérent, dit "ageekculteur", passe sa commande qu'il récupère dans un point-relais. Ce système, accessible pour l'heure seulement dans les régions parisienne et lyonnaise, rassemble pourtant déjà 400 consommateurs. « *Je peux décider de tout de A à Z. Je sais à l'avance quand, combien et quels fruits et légumes je vais recevoir* », confie un jeune Lyonnais qui fréquente aussi les marchés et adhère à une Ruche.

Après l'échec d'un magasin de produits locaux à Paris, le département de la Haute-Loire a également pris l'option du Net avec la création en avril 2013 du site Terroirs de Haute-Loire sous forme de société coopérative, avec le soutien de la Chambre d'agriculture et des producteurs. Soit, pour 47 agriculteurs et artisans du département (bio et non bio), une vitrine ouverte à moindre frais vers l'ensemble du territoire national. L'essentiel des commandes provient des grandes zones urbaines de la région parisienne et du sud de la France. « *Un tiers des clients connaissent la Haute-Loire et veulent retrouver les produits de leurs vacances, et 60% commandent à nouveau* », remarque Jean-Paul Bertrand, le directeur du site. « *Mais ils s'intéressent peu au concept*

*coopératif et au fonctionnement des exploitations* ». Deux surprises ont été au rendez-vous: d'une part, c'est la viande par colis réfrigéré qui représente une majorité écrasante du chiffre d'affaires, ce qui démontre que la vente de produits frais à distance n'est pas un repoussoir; d'autre part, l'usage du Web n'est plus un problème de génération: 50% des clients ont plus de 50 ans et 20% plus de 75 ans!

### TOUJOURS PLUS D'INNOVATIONS

Un peu partout sur le territoire, des associations initiées par des consommateurs se sont créées. À Thoard, dans les Alpes de Haute-Provence, Alterne à Thoard regroupe une vingtaine de familles qui passent une commande en gros tous les trois mois auprès d'une coopérative bio mais aussi, au coup par coup, directement auprès de producteurs. Cette dernière activité « *n'est pas très régulière. J'aimerais que ce système de consommation alternatif se développe davantage, mais il faudrait une personne disponible pour s'en occuper vraiment* », remarque Grégory Guichard, animateur de l'association, qui se félicite en revanche de la « *liberté de fixer nous-mêmes nos propres règles, sans engagement imposé à nos membres* ». Une autre association, Pomme de pain, fondée en 2009 dans le Haut-Doubs, a essaimé dans les départements limitrophes, également sur un principe de groupement d'achats, deux fois par an, auprès de grossistes bio, de producteur locaux et d'un petit fabricant de barres énergétiques de Crête. Soit environ 250 références à gérer... « *C'est un peu lourd en termes administratifs* »,

## Un phénomène de récupération classique

constate Sandrine Paget, responsable de l'association. Elle regrette que les grossistes ne les « *prennent pas toujours au sérieux* » mais apprécie le contact et le soutien apporté aux producteurs, la possibilité de s'approvisionner sans avoir à faire une demi-heure de voiture, la réduction des emballages et la satisfaction « *d'éviter les tentations de la société de consommation* ». « *Reste une question de fond, s'interroge un membre de ce type de groupements d'achat: au delà de la dynamique collective et du lien social, est-il pertinent de déployer cette énergie pour faire le travail des biocoops ou des magasins de producteurs dont c'est le métier?* ». Chacun apportera sa réponse.

Les magasins de producteurs, justement, ne sont pas en reste d'innovations. Ce mode de diffusion, où les agriculteurs tiennent boutique à tour de rôle, inventé dès 1978 en Rhône-Alpes (région encore ultra dominante en la matière avec 80 magasins sur 150 à 200 dans toute la France) se développe un peu partout sur le territoire national sous des formes variées. La ferme de Grignon, dans la plaine de Versailles, située près d'une route qui voit passer 20 000 véhicules/jour, a ouvert en décembre 2013 le premier "drive laitier de France", depuis enrichi de nombreux produits locaux (bière, pain, biscuits...) à récupérer auprès d'une camionnette réfrigérée après avoir commandé et payé en ligne. Dans la périphérie de Lyon, la Super Halle d'Oullins, ouverte en février 2014, associe un magasin de producteurs "classique" (21 fermes bio ou en agriculture paysanne), une épicerie bio et solidaire et un restaurant-traiteur.

Stéphane Linou s'est fait connaître comme premier locavore de France. Il est aujourd'hui élu conseiller général (EELV) dans le canton de Castelnaudary (Aude) où il a participé à la création de la première Amap du département. Selon lui « *les militants des débuts se sont battus, ont donné du temps, de l'énergie, de l'argent, pour inventer un contre-modèle et amorcer un mouvement que le système marchand récupère aujourd'hui. Le phénomène est très classique. Peut-être perd-on une partie de la pureté originelle, mais, en termes d'intérêt général, c'est positif* ». D'ailleurs, reprend-il, « *les nouvelles technologies permettent d'organiser facilement et rapidement une demande solvable auprès des agriculteurs. Elles ont d'ailleurs aussi contribué à l'essor des Amap.* » Ce qui risque de manquer, selon lui, « *ce sont les agriculteurs locaux pour répondre à cette demande. Localement, des consommateurs peuvent se trouver en concurrence auprès des producteurs! Ce décalage va peut-être enfin pousser la profession et les pouvoirs publics à reconstruire un modèle d'agriculture détruit depuis les années 60 et faire revenir la question de l'alimentation des populations dans le champ politique.* »

Le restaurant-traiteur s'approvisionne en priorité avec les produits de la halle, un producteur se fournit en sucre de l'épicerie pour ses confitures... « *Notre objectif n'est pas d'attirer des consommateurs convaincus des vertus des circuits courts, bio ou équitables mais ceux des moyennes surfaces* », observe Johanne Ruysen, gérante de la Super Halle, étonnée de voir que les premières clientes ont été les mamies du quartier, qui retrouvaient les habitudes de consommation de leur jeunesse. Ce qui en dit long sur la diversité des utilisateurs des circuits courts – et donc, de leur avenir. ✨

\* Arguments des Amap : [www.amapbiodevant.fr/blog/actualites/reseau/attention-une-amap-na-rien-a-voir-avec-les-principes-de-ruches/](http://www.amapbiodevant.fr/blog/actualites/reseau/attention-une-amap-na-rien-a-voir-avec-les-principes-de-ruches/)  
Réponse de la Ruche qui dit oui : <http://blog.laruchequiditoui.fr/la-ruche-qui-dit-non-a-la-calomnie-des-amap/>

